



## A construção de uma demanda esportiva: o surgimento do futebol americano em Cuiabá/MT

Francisco Xavier Freire Rodrigues<sup>1</sup>

Igor Alexandre Silva Bueno<sup>2</sup>

### RESUMO

O esporte moderno é um fenômeno social, econômico e político de grande relevância na sociedade contemporânea. Este artigo aborda, a partir da Sociologia Reflexiva bourdieusiana, a constituição da prática do futebol americano na cidade de Cuiabá/MT, por meio do time “Cuiabá Arsenal”. Buscamos compreender que condições sociais possibilitam o surgimento da oferta e demanda desse produto esportivo enquanto prática ou espetáculo. O trabalho baseia-se em uma metodológica qualitativa. Sugere-se que a pouca expressão do esporte local e a necessidade de uma diferenciação de posição social levaram ao surgimento de um grupo interessado em buscar um esporte que tivesse um potencial de distinção, havendo assim, uma homologia estrutural entre gostos esportivos e posição social ocupada pelos indivíduos. Conclui-se que o esporte, ou a escolha por uma determinada prática esportiva, está ligada aos aspectos sociais da classe social a qual o indivíduo pertence ou tem intenção de pertencer.

**Palavras-Chave:** Sociologia do esporte. Esporte. Futebol americano. Bourdieu. Cuiabá Brasil.

Recebido em 15/11/2018

Aceito para publicação em 13/11/2019

DOI: <https://doi.org/10.25067/s.v1i23.21925>

### Introdução

O esporte, de modo geral, está atrelado a valores que estão vinculados à sociedade em que se insere, é uma prática que para ser entendida deve ser contextualizada no seu tempo e espaço. Essas atividades são um fenômeno essencialmente cultural, econômico, social e político. Têm significados distintos a depender do sentido que lhe são atribuídos em cada sociedade, pode remeter

---

<sup>1</sup> Doutor em Sociologia pela UFRGS. Professor da Universidade Federal de Mato Grosso, lotado no Departamento de Sociologia e Ciência Política. Professor Permanente do Programa de Pós-Graduação em Sociologia da UFMT. E-mail: fxsociologo@yahoo.com.br.

<sup>2</sup> Doutor em Sociologia pela UFPR. Pesquisador filiado ao GEPECS/CNPq/UFMT. E-mail: igoralexandre.silvabueno@gmail.com.

a competitividade, a busca constante pela excelência, bons resultados, esforço, ideologias. Ou seja, tem um sentido polissêmico (MARCHI JUNIOR, 2004). Isso perpassa às diferentes práticas físicas, cujas modalidades, sejam elas individuais ou coletivas, produzem novos modos de ser e estar no mundo.

O esporte deixa de ser um ator coadjuvante e vem adquirindo um espaço considerável nos meios de comunicação, nas políticas públicas, no divertimento e no consumo das pessoas, vão além de meras atividades físicas. Com o passar do tempo, as então práticas aristocráticas das public schools, da Inglaterra do século XIX, foram se transformando e sendo ressignificadas. Elas foram se multiplicando e, em alguns casos, se desdobrando em derivações das práticas esportivas tradicionais. (Marchi Junior, 2004). Foi a partir da década de 1960, com a proliferação das transmissões ao vivo de jogos e competições que o esporte se tornou cada vez mais proeminente no cotidiano das pessoas. Cidadãos mundo a fora passaram a consumir os esportes seja praticando ou, principalmente, assistindo os espetáculos oriundos deles. Assim, essas formas e usos das atividades esportivas acabam por refletir o espaço social as quais estão estruturadas e vinculadas. (BOURDIEU, 1983).

Soma-se a esse quadro, a crescente adesão popular aos novos e diferentes esportes, tanto na prática quanto no consumo, tem estimulado o desenvolvimento de pesquisas em âmbito acadêmico que vislumbram compreender o campo esportivo e sua relação com o social. Pensando dessa forma, o esporte torna-se elemento para compreender, interpretar e explicar cenários socioeconômicos e políticos.

Devido a sua abrangência e influência no meio social, o esporte apresenta-se como sendo um fenômeno em processo constante de transformação. Ele reflete as continuidades e rupturas que são características da sociedade contemporânea. Por isso, estudar as atividades esportivas é fundamental para o entendimento de um mundo em constante mudança e ressignificação.

Hoje, no Brasil, o tema é estudado em programas de pós-graduação de áreas como: Sociologia, Antropologia, Psicologia, Educação Física, História, entre outras. As produções acadêmicas – artigos, dissertações e teses – têm revelado pesquisas com múltiplos vieses que buscam compreender o fenômeno esportivo e suas várias facetas como os de Marchi Junior (2001), Rodrigues (2007), Marques (2007), Gastaldo (2009), Damo (2002), entre outros.

Seguindo com essa linha de raciocínio para os estudos sobre o esporte,

segundo Bourdieu (2004), a Sociologia tem por tarefa mostrar as estruturas mais arraigadas dos diversos mundos sociais que constituem o universo social, como também os mecanismos que tendem a assegurar a sua reprodução ou transformação. Assim, partindo dessa premissa, este capítulo propõe apresentar a análise da constituição da prática esportiva do futebol americano (FA) na cidade de Cuiabá/MT por meio do time “Cuiabá Arsenal” considerando um olhar sociológico bourdieusiano. Trata-se de uma incursão no processo de implementação e estruturação do futebol americano na capital do estado e seus impactos no cenário esportivo local.

As discussões e reflexões que serão brevemente suscitadas neste trabalho fazem parte de um conjunto maior de ideias e tessituras que foram desenvolvidas na pesquisa que deu origem a dissertação de mestrado: “O futebol americano em Cuiabá, Mato Grosso: a construção de uma demanda esportiva”, na qual Igor Bueno (2016) faz uma análise sociológica da trajetória do time “Cuiabá Arsenal” apontando que a possível não identificação com os esportes locais e a necessidade de uma diferenciação de posição social, levaram ao surgimento de um grupo interessado em buscar um esporte estrangeiro, o futebol americano, enquanto prática, produto e espetáculo a ser oferecido.

A metodologia utilizada aqui tem por base o perfil de pesquisa exploratória/descritiva, pois como define Antônio Carlos Gil (2008), este tipo de pesquisa tem o intuito de proporcionar maior familiaridade com o assunto ainda pouco conhecido e explorado. A utilização de tal metodologia se dá, pois, ao final de uma pesquisa exploratória, conhece-se mais sobre determinado assunto e torna-se apto a construir hipóteses a respeito do objeto estudado. (GIL, 2008). Foram também utilizadas entrevistas semiestruturadas com dirigente e jogadores da equipe esportiva pesquisa.

Para Triviños (1987), a entrevista semi-estruturada tem como característica questionamentos básicos que são apoiados em teorias e hipóteses que se relacionam ao tema da pesquisa. Os questionamentos inicialmente propostos dão frutos a novas hipóteses que surgem a partir das respostas fornecidas pelos informantes. O foco principal seria colocado pelo investigador-entrevistador. Nesse sentido, a entrevista semi-estruturada é uma ferramenta que favorece a descrição dos fenômenos sociais bem como a sua explicação e a compreensão. (TRIVIÑOS, 1987).

As entrevistas foram extraídas da dissertação de Bueno (2016). Os nomes dos entrevistados foram trocados pela letra (E) e o respectivo número correspondido a ordem de entrevistas. Todos os entrevistados assinaram os

termos de livre esclarecimento e autorizaram o uso das entrevistas concedidas.

Primeiramente apresentaremos um pouco da constituição histórica do futebol americano no Brasil e, posteriormente, no estado de Mato Grosso e na cidade de Cuiabá. Esse movimento tem como objetivo apresentar um desenho da constituição do subcampo esportivo futebol americano em Cuiabá. Bourdieu (1983) afirma que os espaços sociais assumem a forma específica de um campo ou subcampo. A caracterização do campo se dá através da definição do espaço social em que se encontram fixadas as posições, e os agentes sociais que se movimentam objetivando conquistas. Em outras palavras, o campo é definido como “o lócus onde se trava uma luta concorrencial entre os atores em torno de interesses específicos que caracterizam a área em questão”. (ORTIZ, 1994, p.19). Outra característica do campo é seu objeto de disputa e seus interesses específicos. Neste sentido, podemos determinar que a cena esportiva de Cuiabá se constitui como um campo e o futebol americano, modalidade em específico, parte integrante deste campo, sendo assim um subcampo do esporte cuiabano. Em seguida passaremos a apresentar uma análise de como ocorreu a constituição de uma demanda e oferta esportiva.

## O Futebol Americano no Brasil

O futebol americano (FA) é uma modalidade esportiva criada nos Estados Unidos (EUA) no século XIX. Foi a partir desse período que o FA tornou-se mais popular através das partidas realizadas entre as equipes universitárias. Por volta do ano de 1867, foi realizada a primeira série de três jogos entre as equipes das Universidades de Harvard e de Yale. A rivalidade entre as instituições de ensino superior era a mola propulsora para jogos competitivos e acirrados. Um número elevado de espectadores acompanhou os jogos, tornando a modalidade popular entre os universitários da época. (KLEIN, 2011).

Em 1874, foram realizados alguns outros jogos entre equipes universitárias das universidades de Columbia, Princeton e McGill. O formato do jogo era muito semelhante ao que acontece hoje, porém com as regras do Rugby, haja vista que o esporte não tinha regras específicas para a sua prática, era uma adaptação para as circunstâncias locais. (DUARTE, 2004).

No ano de 1883, após sucessivas adaptações das regras do Rugby, Walter Camp, ex-jogador e treinador da Universidade de Yale (considerado o pai do Futebol Americano), alterou alguns regulamentos, o que formatou o modo de

jogar atual. (FUNK, 2008). Por fim, em 1922, foi criada a National Football League (NFL), maior entidade representativa do esporte.

O FA, desde então, tem se apresentado em ascensão no que tange a visibilidade e organização. Por meio da NFL e da midiaticização, o esporte ganhou reconhecimento mundial. Os jogos são transmitidos para aproximadamente 160 países, com fãs espalhados por continentes como: Europa, Ásia e América do Sul. (SOARES, 2004).

Com o processo de globalização e a grande propagação de informações pelo mundo, as trocas e interações culturais foram maximizadas e o esporte não poderia ficar fora desse processo. (ORTIZ, 1994). Foi a partir de então que a prática do esporte americano se difundiu pelo mundo.

Com o processo de mundialização esportiva, entendido por Ortiz (1994) como a lógica de disseminação cultural vinculada com a globalização da economia e dos aparatos tecnológicos, a prática e o consumo de diversos símbolos e signos foram ampliados em escala global, inclusive o esporte. É em meio a esse processo que o futebol americano chega ao Brasil, principalmente, através das mídias com a televisão e, posteriormente, pela internet nos anos de 1980 e 1990.

Nesse quadro globalizado não é de se estranhar que os Estados Unidos tenham protagonizado a disseminação esportiva. Isto porque nesse período as intensas trocas econômicas e culturais consolidaram, inequivocamente, um deslocamento da hegemonia mundial em direção estilo de vida estadunidense. (DIAS, 2000).

Convém esclarecer que a hegemonia dos capitais e empresas de origem norte-americana, sem dúvida, foi um fator-chave para o estreitamento da globalização, como também para a exportação para todo o planeta do cinema, da televisão, da culinária e dos esportes de um único país. “A mudança da oferta e dos gostos dos espectadores indicam que o controle econômico dos EUA se associa ao apogeu de certos traços estéticos que não são exclusivos deste país, mas que encontram nele um representante que foi difundida mundo a fora”. (CANCLINI, 2005, p. 49).

Um dos primeiros e poucos registros da história da modalidade em território brasileiro relata a prática do esporte nas áreas da praia de Copacabana, na cidade do Rio de Janeiro, a partir de 1986. (FRONTELMO, 2006). O FA por aqui tinha formato adaptado para areia, o Beach football. Tinha como seus idealizadores Robert Segal e Thomas Brazil, dentre outros amigos, que ao ter

contato com o esporte norte-americano, consumiam e praticavam o esporte em um sentido exclusivamente lúdico que posteriormente foi se intensificando.

Nos anos de 1990, com o advento da televisão por assinatura, o esporte tornou-se um pouco mais conhecido entre os brasileiros. O esporte começou a ganhar alguma popularidade no Brasil graças às transmissões feitas pelo canal de televisão aberta da cidade de São Paulo/SP, TV Bandeirantes (Band), que transmite o Campeonato de Futebol Americano dos EUA entre os anos de 1994 a 1998. Os canais ESPN e BANDSPORTS (canais por assinatura) também transmitem os jogos da National Football League (NFL). (AFAB, 2013, apud SOARES, 2004).

Nesse curto período, a prática do esporte conquistou mais adeptos. A modalidade flag football<sup>3</sup>, iniciada em 2002, começou a ser implantada em São Paulo/SP como parte das aulas de educação física em algumas escolas. (SOARES, 2004). O formato flag se caracterizou como uma adaptação inicial para o desenvolvimento do esporte no Brasil. Isso facilitou a prática da modalidade. Este efeito de apropriação, para usarmos o termo de Pierre Bourdieu (1990), se mostrou determinante para a difusão do esporte para o resto do país.

Gradativamente, algumas equipes foram migrando do flag para o formato fullpad<sup>4</sup>. O primeiro jogo de futebol americano fullpad no país aconteceu no dia 25 de outubro de 2008, em Curitiba/PR, entre as equipes “Curitiba Brown Spiders” e o “Barigui Crocodiles”, hoje “Coritiba Crocodiles”. (FRANCO, 2017). Já o primeiro campeonato de futebol americano com o equipamento de segurança realizado no Brasil foi organizado por um grupo de times no ano de 2009. A competição foi batizada de Torneio Touchdown. (TOUCHDOWN, 2012).

Desde então, o número de times cresce, e em decorrência disso, no ano de 2013 foi fundada a primeira entidade de representação do esporte no Brasil – a Confederação Brasileira de Futebol Americano (CBFA) – em substituição à

---

<sup>3</sup> O *Flag Football* é uma versão do futebol americano com contato limitado. As regras básicas do *flag* são similares as do jogo profissional (também conhecido como *tackle* ou *fullpads*), mas em vez de derrubar o jogador com a bola ao chão, o defensor deve retirar uma fita (*flag*) para parar a jogada. Os jogadores usam um cinto onde as duas *flags* estão presas por um velcro (<http://apfaonline.com.br/esporte/flag-football/>; acesso em 17 de agosto de 2015).

<sup>4</sup> Com todos os equipamentos necessários para jogo, capacete, camiseta, calção, protetores, luvas, *shoulders* e chuteira.

Associação Brasileira de Futebol Americano (AFAB), fundada no ano 2000. De acordo com a CBFA, a Federação Internacional de Futebol Americano (IFAF) reconhece a Confederação Brasileira como órgão máximo que representa o esporte no país. A CBFA é responsável por gerenciar os campeonatos nacionais de primeira e segunda divisão bem como dar suporte para a realização de campeonatos estaduais pelo Brasil. A entidade conta com federações filiadas que representam os estados do Rio Grande do Sul, de Santa Catarina, do Paraná, de São Paulo, do Rio de Janeiro, de Minas Gerais, do Espírito Santo, do Mato Grosso, de Pernambuco, do Amazonas e do Ceará e Distrito Federal. (BUENO, 2016).

### O Futebol Americano em Cuiabá/MT

No estado de Mato Grosso, a prática do futebol americano surgiu no ano de 2002, quando um grupo de amigos se reunia no campo da Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT) para “brincar” de FA. O idealizador do time foi o empresário Orlando Ferreira Junior que teve seu primeiro contato com o futebol americano pela TV. No ano de 2002, o fundador da equipe viaja aos EUA e lá estreita o contato com o esporte, assiste jogos e adquire uma bola oval. Ao retornar para Cuiabá, traz consigo uma bola e o desejo de reunir seus amigos, para quem sabe, formar um time. Por meio desse novo artefato, a bola, o interesse em praticar o esporte cresce, porém, ainda de forma despreziosa e pouco organizada.

Ao observar e ler as regras do *flag football*, o fundador do time percebeu que era possível praticar essa modalidade, devido à baixa necessidade de investimento financeiro e a facilidade de entendimento das regras. Vale ressaltar que, na época (anos 2000), os contatos eram escassos e difíceis para a compra do material importado para a prática do esporte. (BUENO, 2016).

No final do ano de 2002, ao fazer uma viagem para a região sudeste do Brasil, o idealizador do time teve a possibilidade de jogar e trocar experiências com praticantes de futebol americano na cidade de São Paulo/SP. Com esse encontro, Orlando volta para Cuiabá inspirado e determinado a praticar o esporte. Começa a chamar outras pessoas e a divulgar por meio da internet as atividades do grupo. Mais interessados no esporte surgem e a se juntam para praticar o FA.

O período de reuniões informais com amigos para “brincar” de futebol



americano se estendeu até 2005. Após esse tempo, o grupo, já bem maior, começa a pensar na possibilidade de participar de jogos amistosos contra outras equipes que se formavam pelo país. Após o contato e negociações, o time “Tubarões do Cerrado” de Brasília/DF aceitou a proposta. A partida foi marcada para julho de 2006. (Bueno, 2016). De acordo com os relatos de Orlando, o processo de constituição do time se deu, efetivamente, após marcar a partida com o time da capital federal.

E ai foi, em dois meses a gente colocou o time de pé, fazer uniforme, organizar a partida aqui (Cuiabá), preparar arbitragem, divulgação e tudo mais. Esse foi o nascimento da equipe, o nascimento foi 16 de julho de 2006 (informação verbal apud BUENO, 2016, p. 85)<sup>5</sup>.

A atitude de marcar uma partida com outro time é muito significativa. Como vemos, esse curto período de tempo foi importante, para que então, o grupo informal se organizasse e tomasse forma de um time com marca, cores e uniforme. Todo um conjunto de agentes foi mobilizado para que a primeira partida fosse realizada, como por exemplo, a imprensa local, empresários da cidade, amigos dos jogadores entre outros. Todos os meios e recursos disponíveis para a realização do evento foram buscados por aqueles que estavam envolvidos com o time.

Outra dúvida era dar um nome para aquele grupo de jogadores. Após muitas ideias a escolha foi feita. Segundo o fundador da equipe: “‘Cuiabá’ em homenagem a cidade e o ‘Arsenal’ visto o arsenal de guerra, prédio que sedia hoje a instituição Sesc Arsenal<sup>6</sup>, a construção tem uma fachada imponente e tem grande valor histórico e cultural para a cidade”. (informação verbal)<sup>7</sup>.

Ainda no ano de 2006, o “Cuiabá Arsenal” realiza jogos contra equipes nacionais e inicia a preocupação com treinos e condicionamento físico para competir. A partir de então, o time se organiza e se estrutura com um formato

---

<sup>5</sup> Ibid, ENTREVISTADO 01.

<sup>6</sup> Edifício foi construído com o destino de ser um estabelecimento militar para o conserto e fabricação de armas. Em 1989 o Sesc adquiriu o prédio do Arsenal, através de uma permuta com o exército. Após grandes reformas, que respeitaram o tombamento histórico e as necessidades técnicas de cada atividade cultural, o Arsenal de Guerra abre suas portas para os artistas e a população em agosto de 2001, como Centro de Atividades Sesc Arsenal.

<sup>7</sup> ENTREVISTADO 01: Depoimento [ago. 2015]. Entrevistador: Igor Alexandre Silva Bueno. Cuiabá, 2015. 1 arquivo .mp3 (60:03 min). Entrevista concedida para dissertação de mestrado.



mais próximo de um clube esportivo. (BUENO, 2016).

Assim como as organizações comerciais, industriais e de outros segmentos de negócios, os clubes esportivos necessitam de uma estrutura formalizada que visa facilitar as atividades administrativas e esportivas da equipe. Brunoro e Afif (1997) afirmam que os clubes ligados ao esporte apresentam uma estrutura organizacional dividida basicamente em departamentos do tipo: departamento técnico, administrativo, recursos humanos, financeiro e de imprensa. E é este movimento que o Arsenal faz, cria uma série de assessorias com o objetivo de organizar o time administrativamente dentro e fora de campo.

Com o processo de esportivização, como aponta Pierre Bourdieu (2004), as estruturas dos esportes passaram por um movimento no qual o pensamento burocrático, a eficiência e a racionalidade são aspectos cobiçados e desejados por qualquer organização que visa alcançar objetivos.

A partir de 2009 o Arsenal adquire equipamentos de proteção, como, por exemplo, capacetes e *shoulder pads*, e registra a equipe em cartório como Associação Atlética Cuiabá Arsenal. Nesse mesmo ano, contrata jogadores norte-americanos a fim de melhorar tecnicamente a equipe, tornando-a mais competitiva. (RODRIGUES; COSTA, 2014). Em 2010, após as estruturações iniciais, o “Cuiabá Arsenal” passa a ter uma comissão de profissionais remunerados focada no melhoramento técnico. Com isso a equipe conquista títulos em competições nacionais e estaduais.

Já nesta fase o time apresenta uma configuração de transição do amadorismo total para o que podemos dizer um semiprofissionalismo. Segundo a definição de Bueno (2008, p. 33):

No estágio anterior, de semiprofissionalismo, os atletas contam com patrocínio e/ou provisionamento de bolsas ou outra forma de renda alternativa que lhe permitem iniciar e permanecerem em regime de dedicação compatível com o nível de rendimento esperado.

Temos no time a junção de vários enquadramentos ainda não muito bem definidos, o que dificulta uma tipificação exata do “Cuiabá Arsenal”. Seu registro em cartório, como relatado anteriormente, foi feito em 2009 como Associação Atlética Cuiabá Arsenal. Após essa fase, o time é campeão por duas

vezes do Campeonato Brasileiro da CBFA nos anos de 2010 e 2012. Além de ser de tricampeã do Pantanal Bowl, (2007, 2009 e 2014), tem também os títulos em competições regionais: [Conferência Centro-Oeste do Brasil Futebol Americano: 2017](#); Campeão Desafio Centro Oeste, 2015; Vice Campeão Conferência Centro Sul, 2016 [Conferência Central do Campeonato Brasileiro: 2012](#); [Conferência Norte da Liga Brasileira: 2010](#); [Divisão Oeste do Torneio Touchdown: 2009](#); Sorocaba Bowl: [2008](#) e [Torneio da Capital: 2008](#). (BUENO, 2016).

Em 2011, o Cuiabá Arsenal fez o primeiro amistoso internacional em solo brasileiro da história do futebol americano nacional. Na ocasião, o Los Felinos de Santiago, Chile – O terceiro melhor time da Liga Chilena de Futebol Americano (LCFA) – enfrentou o Arsenal na cidade de Cuiabá. A equipe mato-grossense vence a disputa. (BUENO, 2016).

Desde então, já se vão 11 anos de formação da equipe Cuiabá Arsenal. Como resultado desse empenho e organização a equipe é referência para o futebol americano nacional. Os seus feitos e sua história fazem do time presença constante nas redes sociais e nas emissoras locais de televisão, como também, nas principais competições do país. O seu capital esportivo e simbólico dentro do subcampo futebol americano, reafirma sua presença dentro do campo esportivo mato-grossense, o que é convertido em uma relação de proximidade e popularidade com público não conhecedor do esporte.

Por este rápido panorama histórico da constituição do Cuiabá Arsenal podemos perceber o início da formação de um subcampo do futebol americano em Cuiabá. Para entender a dinâmica e a lógica do campo esportivo, Bourdieu (2004) afirma que é necessário o reconhecimento da posição que determinada modalidade ocupa no espaço dos esportes. Nesse sentido, para melhor compreender como se efetivou uma oferta esportiva é necessário entender as condições do espaço social onde ela se desenvolveu. Portanto, e considerando a pergunta desenvolvida por Pierre Bourdieu em seu texto *Como é possível ser esportivo* (1983): “quais são as condições sociais de possibilidade de apropriação de diferentes produtos esportivos assim produzidos?” teremos o norte para a sessão seguinte.

## O Cenário Esportivo Cuiabano e suas Condições

Segundo Pierre Bourdieu (2004), para que se tenha uma real

compreensão do fenômeno estudado e entender a estrutura em que se está inserido é necessário, em primeiro lugar, conhecer a história do objeto pesquisado, para dessa forma, entender a sua dinâmica dentro do campo ao qual pertence, tal como foi apresentado nas primeiras sessões deste artigo. Relatamos, até aqui, um pouco do surgimento do futebol americano em Cuiabá. Seguindo nessa esteira analítica, Bourdieu (1983) nos aponta que para compreender as transformações ou entradas de um esporte deve-se conhecer a estrutura social, ou seja, como ela se constituiu e os processos existentes dentro dela. Para o autor, o conjunto de práticas e consumos esportivos oferecidos aos agentes sociais são destinados a encontrar certa correspondência com a demanda social existente. (BOURDIEU, 1983).

Sendo assim, neste segundo momento, seguimos nossa análise no sentido de compreender como se configurou o cenário esportivo que possibilitou a entrada do futebol americano em Cuiabá.

Ao observar a cena esportiva do estado podemos destacar a presença de algumas figuras importantes, como o judoca David Moura, o nadador Felipe Lima, Ana Sátira da Canoagem e Clemilda Fernandes do Ciclismo de Estrada. Estes são atletas mato-grossenses de destaque nacional em esportes individuais que levam o nome do estado para competições.

Todavia, se focarmos nossa observação no que tange a esportes coletivos não é possível citar facilmente equipes que sejam representativas, especialmente se direcionarmos nosso foco para o esporte mais popular no Brasil, o futebol, temos um cenário pouco estimulante e atraente.

Outrora, nas décadas de 1980 e 1990, o antigo e demolido estádio Governador José Fragelli, popularmente chamado de Verdão, era frequentado por torcedores que lotavam os jogos. A cidade contava com cerca de 10 times de futebol que disputavam o Campeonato Mato-grossense. Mas, as tradicionais equipes de futebol da cidade – Mixto e Operário – estacionaram no passado, na época do futebol amador. E com isso, aos poucos, o público foi deixando de ir às partidas e o futebol cuiabano perdeu seu brilho e encanto. (TOFFANO; DE JESUS, 2013).

Em 2009, o futebol cuiabano teve a possibilidade de ser mais conhecido. A cidade de Cuiabá foi escolhida como uma das sedes para um dos maiores eventos esportivos do mundo, a Copa do Mundo de Futebol FIFA. Momento que poderia ser favorável em retirar a cidade dos mais de 30 anos sem times nas duas principais divisões nacionais. Vale ressaltar que os dois únicos clubes com

maior presença no cenário esportivo do estado eram o Cuiabá Esporte Clube, na Série C, e o Luverdense Esporte Clube, da cidade de Lucas do Rio Verde, na Série B. Tais equipes se esforçavam para conquistar títulos nacionais e ter aderência junto à população da cidade. Segundo dados do jornal Estadão<sup>8</sup>, ao todo, os estádios da capital mato-grossense receberam média de 805 pessoas por partida. Número muito abaixo do esperado para partidas de futebol.

Apesar da existência de tais times de tradição do futebol, o FA sinaliza ser um representante, ou possível forte candidato a popularidade do MT. O Arsenal trabalhou para conquistar espaço e manter sua visibilidade junto a possíveis torcedores. Isto pode ser notado de acordo com a fala do entrevistado 03 (E03) jogador do Cuiabá Arsenal ao afirmar que o time representa o estado como um todo no que se refere a esportes coletivos. Para E03:

Representa não só uma cidade, mas representa também um estado que carece de um time. Time de esporte coletivo que tem reconhecimento. A gente tem o David Moura<sup>9</sup>, que é esporte individual, mas de esporte coletivo a gente carece. O Luverdense começou a entrar no cenário, mas o planejamento deles para ganhar atenção no cenário nacional é só para 2019. Então por enquanto é a gente. A gente representa o estado inteiro. Quando puxa para o esporte coletivo é a gente o Cuiabá Arsenal. (Informação verbal)<sup>10</sup>.

Temos por meio da fala do jogador a projeção da representação que o time se propõe ter. Ou seja, dentro da equipe é construído o ideário junto aos jogadores de serem mais que membros de uma equipe como também ser um emissário da cidade e do estado. Outro ponto debatido refere-se aos ícones esportivos do MT. Brian Gusman, então técnico esportivo do time, declara a BBC Brasil: “Cuiabá Arsenal” tem maior expressividade entre outros esportes por ter maior “qualidade” quanto produto esportivo:

---

<sup>8</sup> O Estado de S. Paulo é um jornal brasileiro publicado na cidade de São Paulo desde 1875. É um dos principais jornais de referência do Brasil.

<sup>9</sup> Judoca Mato-grossense

<sup>10</sup> ENTREVISTADO 03: Depoimento [fev. 2016]. Entrevistador: Igor Alexandre Silva Bueno. Cuiabá, 2016. Arquivo 0013. mp3 (04:39 min.). Entrevista concedida para dissertação de mestrado.

Se você pensar na serventia da Arena após a Copa e pensar nos ícones esportivos da cidade de Cuiabá, o Arsenal pula para o topo da lista, porque as pessoas sabem que além de um esporte que entrega um bom produto dentro de campo, os eventos são muito bem organizados.<sup>11</sup>

O então técnico do Cuiabá Arsenal se refere à qualidade da organização dos eventos feitos pelo time. As atividades do Arsenal são organizadas e elaboradas de forma distinta ao futebol mato-grossense. Elas têm como modelo os eventos esportivos norte-americanos, por exemplo, o *Super Bowl*<sup>12</sup>, que além do jogo oferece aos espectadores atividades interativas durante e depois das partidas, shows de abertura, de intervalo e apresentações de *cheerleaders*<sup>13</sup>. Vemos que a diretoria do “Arsenal” percebe que o esporte contemporâneo é regido por uma lógica de mercado, ou seja, um campo de desenvolvimento de “produtos esportivos” a serem consumidos. Neste caso, a fala de Brian evidencia a preocupação dos diretores do “Cuiabá Arsenal” em oferecer ao consumidor um conjunto de sensações relacionadas ao entretenimento.

E é em meio a esse cenário pouco promissor e atrativo para os esportes coletivos que o “Cuiabá Arsenal” surge como uma opção de lazer e representatividade para a população cuiabana. Os gestores do “Arsenal” percebem a lacuna esportiva existente, ou seja, a falta de equipes no esporte com representatividade e expressão. Foi essa abertura detectada pelos agentes envolvidos com a equipe do “Cuiabá Arsenal” que os fizeram traçar um plano almejando o destaque e a representatividade no campo esportivo do estado. Portanto, o objeto de disputa que dá sentido para as lutas concorrências desse campo se refere ao capital simbólico, ou seja, ser um representante esportivo do estado do Mato Grosso. (BUENO, 2016).

Amparado nos bons resultados obtidos em 2010 e 2012 como Campeão Brasileiro pela Confederação Brasileira de Futebol Americano (CBFA), a equipe iniciou o desenvolvimento de ações de marketing e propaganda, de modo a criar uma identificação por parte do público no primeiro momento, para que a

---

<sup>11</sup> Trecho retirado da matéria disponível em <[http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2014/06/140609\\_cuiaba\\_futebol\\_americano\\_cc](http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2014/06/140609_cuiaba_futebol_americano_cc)> acessado em 15 de fev. 2016.

<sup>12</sup> Super Bowl é um jogo final do campeonato da NFL (*National Football League*), a principal liga de futebol americano dos Estados Unidos, que decide o campeão da temporada.

<sup>13</sup> As Cheerleaders são grupos formados em sua maioria por meninas que dançam e animam as torcidas de alguns esportes como o futebol americano e basquete.

equipe pudesse ter uma base de torcedores. De acordo com Bueno (2016), a média de público do Cuiabá Arsenal foi alavancada, principalmente, pela vinculação com a mídia local, jornais impressos e televisionados, possibilitando a construção de uma identificação e representação da região com a equipe.

Outras ações de gestão administrativa foram executadas, por exemplo, as ações publicitárias e sociais que contribuíram para atrair público às arquibancadas, fazendo o futebol americano mais conhecido e popularizado. Concomitante a esse processo de aproximação e identificação ao torcedor, iniciou-se as tratativas com parceiros e patrocinadores, tornando a imagem vitoriosa do “Cuiabá Arsenal” como uma possibilidade de investimento, capaz de movimentar uma significativa quantidade de recursos financeiros. Tal movimento pode ser percebido de forma mais explícita na fala do fundador (entrevistado 01) do Cuiabá Arsenal<sup>14</sup>. Segundo E01, o seu objetivo foi construir uma marca que tenha uma identidade própria com um público cativo.

Então a gente cria uma marca ou cria um público para que essa marca fale com esse público para que o patrocinador olhe e fale "poxa, eu posso falar com o público desses caras também do jeito que eles falam", aí o patrocinador viria a colar a marca dele complementando a nossa e vice e versa (informação verbal)<sup>15</sup>.

Para que isso ocorresse, foram necessárias algumas tentativas para tornar o Arsenal atraente para o público. O ex-presidente (E01) da equipe expõe a necessidade em casar bem a marca com a visibilidade:

(...) tem um trabalho de construção de uma marca aí por trás, não foi um trabalho aleatório. Estamos falando aí de 2010. No ano de 2006, não era nossa primeira marca. Já no ano de 2010, nós redesenhamos a marca replanejamos a estratégia de comunicação e tudo mais. E aí em 2010, nós tivemos esse cuidado exatamente para fazer essa identidade e esse apoio (informação verbal)<sup>16</sup>.

---

<sup>14</sup> Fundador e primeiro presidente do Cuiabá Arsenal.

<sup>15</sup> Entrevistado 01: Depoimento [ago. 2015]. Entrevistador: Igor Alexandre Silva Bueno. Cuiabá, 2015. 1 arquivo .mp3 (60:03 min.). Entrevista concedida para dissertação de mestrado.

<sup>16</sup> Entrevistado 01: Depoimento [ago. 2015]. Entrevistador: Igor Alexandre Silva Bueno. Cuiabá, 2015. 1 arquivo .mp3 (60:03 min.). Entrevista concedida para dissertação de mestrado.

Por meio da fala de E01, fica evidente a preocupação em desenvolver uma marca expressiva que atraísse tanto o público, patrocinadores e apoiadores interessados na popularidade do “Arsenal”. Com uma organização administrativa e trabalho de marketing, o “Cuiabá Arsenal” melhora a sua identificação com o público alvo, incrementa a demanda e a oferta do seu produto esportivo. Percebe-se que não há mais somente a preocupação com os jogos e títulos, existe também um direcionamento para um pensamento empresarial, uma gestão de clube. Por ser um esporte amador e, principalmente, por ter um *habitus* social distintivo, as ações do “Cuiabá Arsenal” direcionam suas atividades a fim de tornar o esporte mais conhecido junto aos habitantes da cidade e do estado. Além disso, vemos tanto na fala de Brian como do fundador da equipe (E01) o tratamento mercantilizado feito pelo Arsenal. Fato que evidencia a um novo perfil do esporte contemporâneo. (BUENO, 2016).

Os resultados do planejamento implementado podem ser demonstrados pelo elevado número de pessoas que acompanharam os jogos de futebol americano. E enquanto o país estava voltado para o futebol, tanto no cenário regional quanto nacional, devido aos preparativos para Copa do Mundo FIFA 2014, um fato curioso chama a atenção: o futebol americano em Cuiabá apresentava crescimento significativo, com média de público e participação acima do futebol. Segundo notícia publicada no site Olhar Direto<sup>17</sup>, a média de público pagante do Campeonato Mato-Grossense de Futebol Americano foi 142% maior que a média do Campeonato de Futebol. Em torno de 10 mil pagantes acompanharam as seis partidas do estadual de futebol americano contra uma média de 446,1 pagantes por jogos do futebol. Como vemos, a pouca expressividade dos clubes de futebol e baixa presença de público nos estádios são fatores que contribuíram, em parte, para que o futebol americano tivesse mais espaço para entrar no campo esportivo cuiabano.

Com a conclusão da construção do estádio, surge a preocupação com o uso pós Copa do Mundo. Entre a população existia a expectativa de que o local não se tornasse um “elefante branco”. O futebol americano revelava-se como uma alternativa para o uso da Arena Pantanal, haja vista que, em menos de 10 anos de início da prática o esporte contava com cinco times pelo estado e com público crescente de espectadores.

---

<sup>17</sup> Disponível em <<http://www.olhardireto.com.br/noticias/exibir.asp?noticia=media-de-publico-do-estadual-de-futebol-americano-e-142-maior-que-do-futebol-tradicional&id=399151>> acesso em março de 2016.



O zelo na gestão e organização das equipes de futebol americano, em especial a do Cuiabá Arsenal, fez com que a Secretaria Extraordinária da Copa (Secopa MT) sinalizasse o desejo de apostar no uso do Estádio Arena Pantanal pelo time. O plano de ação visava à realização de jogos de futebol americano na Arena. Em afirmação dada para a BBC Brasil, na matéria realizada no dia 10 de junho de 2014, a Secopa afirma que: “pretende abrir o espaço para jogos de campeonatos de futebol americano e tornar o estádio "uma referência" para o esporte no país<sup>18</sup>”.

Talvez o exemplo mais expressivo do resultado das ações e do planejamento da equipe tenha sido o evento na Arena Pantanal no dia 21 de novembro de 2015. Este foi o maior evento de futebol americano da história do esporte no Brasil. Cerca de 15 mil pessoas estavam presentes na Arena Pantanal e assistiram a final da Liga Centro-sul de Futebol americano. (BUENO, 2016). A proposta foi muito bem aceita por uma parcela significativa da população do estado de Mato Grosso, pois o evento, inicialmente, se propunha a levar para assistir a final disputada entre “Cuiabá Arsenal” e “Coritiba *Crocodiles*” dez mil torcedores, porém o resultado esperado foi muito além, graças ao empenho na divulgação e na articulação entre os agentes da mídia local e a receptividade do público. (BUENO, 2016).

Por meio das circunstâncias apresentadas acima, vemos que um conjunto de condições sociais possibilitaram que o futebol americano fosse incorporado à realidade esportiva do estado. Toda essa soma de fatores tornam o time um agente de peso dentro do campo, garantindo a existência e a presença do FA na cena esportiva da cidade.

### Considerações Finais

Diante da conjuntura apresentada neste trabalho, percebemos que devido à falta de esportes coletivos que representasse Cuiabá e Mato Grosso, em âmbito nacional, uma parcela da população cuiabana se viu representada esportivamente pela equipe de futebol americano “Cuiabá Arsenal”, principalmente devido as suas conquistas e títulos. Com isso, o número de adeptos e espectadores cresceu juntamente com a visibilidade da do esporte e do time nas redes sociais, na imprensa e no cotidiano da população. (BUENO, 2016).

---

18

Disponível

em

<

[http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2014/06/140609\\_cuiaba\\_futebol\\_americano\\_cc](http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2014/06/140609_cuiaba_futebol_americano_cc)>  
acesso em 20 de setembro de 2015.

Nesse sentido, de acordo com Bourdieu (2004), o universo das práticas esportivas se constitui com base em uma relação entre uma oferta historicamente produzida e uma procura inscrita nas disposições. Dito de outra forma, o conjunto de práticas esportivas ofertadas está destinado a encontrar certa demanda social, da mesma forma que a demanda social está destinada a encontrar certa oferta.

Sendo assim, pautado nas ideias do autor francês, encontramos no campo esportivo cuiabano a oferta materializada na prática ou no consumo esportivo do FA, e a demanda pode ser observada nas expectativas, nos interesses, nos valores que os praticantes e consumidores atribuem ao esporte. Assim, as transformações ocorridas nas práticas e consumos esportivos estão relacionadas com às transformações da oferta e da demanda daquele campo.

Pensando dessa forma, percebemos na figura do “Cuiabá Arsenal” a oferta de um consumo esportivo que encontra uma demanda, desejos e interesse inscritos na população, que pode ser entendido no desejo torcer por um time/esporte. Valendo-se da conjuntura do campo em que o “Cuiabá Arsenal” se inscreve e do produto que ele oferece, a equipe acaba se tornando um agente importante no campo. As ofertas oriundas do “Arsenal”, seus títulos, resultados e capitais obtidos em sua trajetória, como também, suas relações de interdependência estabelecida com a mídia, o seu marketing interno, o envolvimento com as empresas, patrocinadores, torcedores e jogadores formam uma estrutura relacional de agentes e disposições que ajudaram e proporcionaram a entrada dessa nova oferta esportiva na cidade de Cuiabá. (BUENO, 2016).

A forma e cuidado em recrutar e relacionar agentes, buscando otimizar a oferta e demanda esportiva que se apresentava, evidencia uma nova perspectiva do esporte contemporâneo: oferecer, além do jogo, um produto a ser consumido para potenciais espectadores/consumidores. (ROCHA, BASTOS, 2011).

Nesse sentido, o “Cuiabá Arsenal” percebe uma lacuna no cenário esportivo da capital mato-grossense, ou seja, a falta de equipes de futebol com representatividade e expressão. E, a partir dessa abertura detectada, os envolvidos com a equipe traçam um plano que almeja o destaque e a representatividade no campo esportivo do estado por meio da oferta de um novo produto. O que culmina no principal objeto de disputa interna do campo esportivo, representar o estado do MT em âmbito nacional.

Em adição, como aponta Norbert Elias (1993), a transformação interna de cada configuração social tem sempre relação funcional com a evolução do equilíbrio e da disputa de poder. Estas cadeias de transformações do tecido social se tornam mais diversificadas à medida que o grau de complexidade aumenta, antigas formações sociais são transformadas e substituídas por uma nova. Partindo dessa ideia, percebemos que o “Cuiabá Arsenal” é um agente

novo com poder que dinamiza e complexifica a cena esportiva. Isso quer dizer que, por meio de seus capitais esportivos, econômicos e simbólicos juntamente com uma nova forma de gestão administrativa, o time tem como resultado uma crescente disposição social para o novo esporte em oposição à tradição do futebol.

É possível supor que a nova forma de gestão e administração da equipe Arsenal, juntamente com os seus capitais, passam a funcionar como estruturas estruturantes que parecem desestabilizar a lógica interna do campo esportivo de outrora, pois, em graus diversos, perturba ou coloca em cheque a hegemonia do futebol como esporte unicamente preferido pela população da cidade de Cuiabá. A não representatividade e expressividade do futebol no estado foi condicionante importante para que o FA se desenvolvesse. (BUENO, 2016). Dentro de uma perspectiva bourdiesiana, é possível considerar essa lacuna como a “estrutura”, que condicionou a atuação “estruturante” dos envolvidos com o “Cuiabá Arsenal”.

Assim, nessa nova configuração, surgem ou são criadas novas disposições (*habitus*) sociais que condizem com o nível de apropriação do respectivo capital econômico, cultural, esportivo e social da classe a qual tem maior aderência. (Marchi Junior, 2001). Pensando partir dessa premissa, Bueno (2016) aponta que o futebol americano praticado na cidade de Cuiabá encontrou no campo esportivo um espaço que atende a uma demanda esportiva de uma parcela da população que se via carente de um esporte para consumir.

Há, juntamente com a nova modalidade, um contexto de reconfiguração do campo esportivo para a entrada das ofertas e das demandas do futebol americano ligadas às disposições incorporadas pela sociedade cuiabana. A nova modalidade adentra nesse espaço e se transforma em um produto que, com o passar do tempo, ganha um tratamento mercantilizado e espetacularizado, compatível com a expectativa dos agentes sociais daquela sociedade. (BOURDIEU, 2004).

Portanto, as origens da modalidade carregam consigo traços culturais que são também distintos. Nesse sentido, os jogos e práticas esportivos são uma representação simbólica de um dado arranjo social. As origens diferenciadas e a trajetória de cada esporte tendem a fazer com que cada um deles represente um conjunto de valores que também diferem entre si. Logo, a expressão final dessas representações vai apresentar de forma diferente aspectos culturais consideravelmente distintos. (DIAS, 2008).

Igualmente, o futebol americano carrega consigo uma série de elementos simbólicos ligados a sua origem estadunidense que, no Brasil, foi atribuído usos e formas características e próprias à “cultura brasileira”. Sua configuração como um símbolo de distinção de classe, reflete, ilustrativamente, um *habitus* social e disposições para gostos.

Em síntese, a compreensão da forma pela qual o fenômeno esportivo do futebol americano foi se configurando em Cuiabá a partir do surgimento da equipe “Cuiabá Arsenal” ajuda-nos a perceber com mais clareza outras esferas de significação desse jogo social mais amplo.

## Referências

- BOURDIEU, Pierre. **Questões de sociologia**. Rio de Janeiro: Ed. Marco Zero. 1983
- BOURDIEU, Pierre. **Coisas Ditas**. São Paulo: Brasiliense, 2004.
- BOURDIEU, Pierre; CHAMBOREDON, Jean-Claude; PASSERON, Jean-Claude. **O Ofício de Sociólogo: metodologia da pesquisa na sociologia**. Petrópolis: Vozes, 2015.
- BRUNORO, José Carlos; AFIF, Antônio. **Futebol 100% profissional**. São Paulo: Gente, 1997.
- BUENO, Luciano. **Políticas públicas do esporte no Brasil: razões para o predomínio do alto rendimento**. 2008b. Tese de Doutorado. Escola de Administração de Empresas de São Paulo. São Paulo. 200p.
- BUENO, Igor. Alexandre. Silva. **O futebol americano em Cuiabá Mato Grosso: a construção de uma demanda esportiva**. 2016. 186 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Programa de Pós-graduação em Estudos de Cultura Contemporânea, Universidade Federal de Mato Grosso, Cuiabá, 2016.
- CANCLINI, Nestor. **Consumidores e cidadãos**. 5. ed. Rio de Janeiro: Ed. da UFRJ, 2005.
- DIAS, Cleber Augusto Gonçalves. A mundialização e os esportes na natureza. **Conexões**: Revista da Faculdade de Educação Física da UNICAMP, Campinas, v. 6, n. 1, p. 54-66, jan/abr. 2008.
- DUARTE, Orlando. **História dos esportes**. 4. ed. São Paulo: Ed. SENAC, 2004.
- ELIAS, Norbert. **O Processo Civilizador**. – v.2 – Rio de Janeiro: Zahar, 1993.
- ESPN, **Futebol americano no Brasil tem seu maior público na história na Arena Pantanal**. disponível em <[http://www.espn.com.br/noticia/559414\\_futebol-americano-no-brasil-tem-seu-maior-publico-na-historia-na-arena-pantanal](http://www.espn.com.br/noticia/559414_futebol-americano-no-brasil-tem-seu-maior-publico-na-historia-na-arena-pantanal)> acesso em jun de 2018.
- FRONTELMO, Paulo Antônio Coelho Soares.; RIBEIRO, Carlos Henrique de Vasconcellos. Futebol Americano no Brasil. Estratégias e Limitações no país do Futebol. **Revista Digital efdeportes.com**, Buenos Aires - Año 11 - N° 102 - Noviembre de 2006. Disponível em: <<http://efdeportes.com/efd102/futebol.htm>>. Acesso em: 26 de fev. 2018.
- FUNK, David. FSD. **History Flashback 1869**, November 6, 2008. Disponível em: <<http://bleacherreport.com/articles/78500-fsd-history-flashback-november-6-1869>>. Acesso em 20 de mai. 2018.

GARCIA, Rui Proença. **Antropologia do esporte**. Rio de Janeiro: Shape, 2007.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

[GLINKA](http://jornalcomunicacaoufpr.com.br/pratica-do-futebol-americano-vem-aumentando-no-brasil/), Fernanda. Prática do futebol americano vem aumentando no Brasil. **Jornal Comunicação**. Jornal Laboratório da Universidade Federal do Paraná, 14 de abril de 2017. Disponível em <<http://jornalcomunicacaoufpr.com.br/pratica-do-futebol-americano-vem-aumentando-no-brasil/>> acesso em 26 de fev. 2018.

MARCHI JR, Wanderley. “Sacando” o Voleibol: do amadorismo à espetacularização da modalidade no Brasil (1970 – 2000). Campinas, 2001. Tese de doutorado. Universidade Estadual de Campinas.

MARCHI JUNIOR, Wanderley. **Sacando o Voleibol**. São Paulo: Hucitec, 2004.

ORTIZ, Renato. **Pierre Bourdieu**. 2. ed. São Paulo: Ática, 1994.

ROCHA, Claudio Miranda; BASTOS, Flávia da Cunha. Gestão do esporte: definindo a área. **Revista brasileira educação física e esporte**, São Paulo , v. 25, n. spe, p. 91-103, Dec. 2011 . Available from<[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1807-55092011000500010&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1807-55092011000500010&lng=en&nrm=iso)>. Acesso em 08 Mar. 2016.

RODRIGUES, Francisco Xavier Freire; COSTA, Neuza Cristina Gomes. O Futebol Americano em Mato Grosso: amadorismo ou profissionalismo?. **Coleção Pesquisa em Educação Física**. v. 13, p. 83-92, 2014.

TÓFFANO, Rodrigo; DE JESÚS, José Manoel Henriques. Copa 2014-diretrizes de sustentabilidade na concepção do projeto do novo verdão, a Arena Pantanal, em Cuiabá-MT. **Hábitat Sustentable**, v. 3, n. 2, p. 35-44, 2013.

TOUCHDOWN. Touchdown. Disponível: <<http://www.torneiotouchdown.com.br/touchdown>> Acesso em: 30 de jan. 2018.

TRIVIÑOS, Augusto Nivaldo Silva. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 1987.

### **The construction of a sportive demand: the development of the american football in Cuiabá/MT**

#### **ABSTRACT**

Modern sport is a social, economic and political phenomenon of great relevance in contemporary society. This article discusses the constitution of the practice of American football in the city of Cuiabá / MT, using the "Cuiabá Arsenal" team, from the Reflexive Bourgeoisian Sociology. We seek to understand that social conditions allow the emergence of the supply and demand of this sport product as a practice or spectacle. The work is based on a qualitative methodology. It is suggested that the lack of expression of the local sport and the need for a social position differentiation led to the emergence of a group interested in pursuing a sport that had a potential of distinction, thus, a structural homology between sports tastes and social position occupied individuals. It is

concluded that the sport, or the choice for a certain sports practice, is linked to the social aspects of the social class to which the individual belongs or intends to belong.

Keywords: Sociology of sport, Sport, American football, Bourdieu, Cuiabá Brazil.