

## **Territórios, mercados e casas: conexões a partir do futebol<sup>1</sup>**

*Bruno Guilhermano Fernandes (PPGAS/MN/UFRJ)<sup>2</sup>*

“Ter um bar e funcionar nos dias de jogo não é uma tarefa fácil”<sup>3</sup>, dizia-me Otto<sup>4</sup>, dono de um dos comércios mais procurados nos entornos da Arena do Grêmio, em Porto Alegre/RS. Seu Otto, 52 anos, nem sempre trabalhou como comerciante. Antes da construção da referida arena em 2012, cerca de 400 metros de sua casa, ele trabalhava como gerente de uma empresa no ramo alimentício e, além disso, por 21 anos, havia sido bancário. Durante toda a sua trajetória de vida residiu no bairro Farrapos.

Ao realizar trabalho de campo no comércio de Otto, pude fazer questionamentos direcionados sobre a sua história no bairro, a construção de sua casa e do seu próprio negócio. Após casar-se com Lourdes, em 1997, ele construiu e reformou sua moradia, situada na Avenida A.J. Renner, hoje um dos principais acessos ao estádio do Grêmio Foot-Ball Porto Alegrense. Com a ajuda do sogro, edificou uma casa ampla, concentrando quartos, sala, cozinha e banheiro no primeiro pavimento, naquela época. Mas a construção de uma escada, que dava acesso a um segundo pavimento a ser construído, foi central em modificações que ocorreram a partir de 2012. Em suas palavras: “Eu sempre tive minha casa aqui embaixo, antes de 2012 era minha residência e não um bar. Começamos pequenininho, fui aumentando peça, quebrando, hoje temos os dois pisos”. Os cômodos da residência, em 2022, estão concentrados no segundo pavimento. O bar, o banheiro e cozinha comerciais, no primeiro piso.

O casal criou as duas filhas naquele lugar. Ao conhecer a história dessa família, atento-me à forma como a noção de casa foi mobilizada por Janet Carsten e Hugh-Jones (1995). Para os autores, os entrelaçamentos entre pessoas, casas e parentesco ultrapassam a esfera arquitetônica da moradia. Nessa visão, a concepção de que as casas estão presentes nas pessoas, assim como as pessoas estão presentes nelas, torna-se um caminho fértil para se estudar as inter-relações entre edificações, sujeitos e seus universos sociais. Ao atribuímos uma dimensão dinâmica aos processos de constituição de pessoas e casas

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na 33ª Reunião Brasileira de Antropologia, realizada entre os dias 28 de agosto a 03 de setembro de 2022.

<sup>2</sup> Mestrando no programa de Pós-Graduação em Antropologia Social do Museu Nacional/UFRJ. Bolsista financiado pelo programa FAPERJ – Mestrado nota 10 e orientado pelo professor Federico Neiburg.

<sup>3</sup> Entrevista concedida no dia 21 de março de 2022, na residência e comércio do interlocutor.

<sup>4</sup> Os nomes de interlocutores e comércios foram alterados por fictícios, a fim de proteger as suas identidades.

visibilizamos um vínculo íntimo e indissociável, por vezes (CARSTEN & HUGH-JONES, 1995). A vinculação íntima entre a qualidade corpórea das casas e os corpos que nelas habitam se relacionam com circunstâncias mutáveis: hoje, já adultas e casadas, as filhas de Otto e Lourdes residem com os respectivos maridos em outra casa adquirida pelos pais, cada qual em um pavimento com suas respectivas famílias, no mesmo bairro.

Já na casa de origem, a escada feita ainda final da década de 1990, mediante a visão de futuro do sogro, também possibilitou a sua ampliação arquitetônica, mediante expansão dos negócios e da família de Otto. Além disso, as entradas e a circulação de dinheiro, a partir da inauguração da Arena do Grêmio, foram determinantes – muitas reformas foram feitas a partir dos ganhos trabalhistas de Otto e do lucro obtido em seu comércio nos jogos. Há um elemento extra nessa biografia familiar-comercial, atribuído a uma escala futebolística: o desempenho esportivo exitoso do Grêmio, time brasileiro de futebol superavitário, nos primeiros anos de Arena atraía a frequência de público durante os jogos, recheando o território do bairro de manifestações torcedoras (MARTINS, 2019).

Mudanças gigantescas ocorreram na vida de Otto e de sua família com a inauguração da Arena do Grêmio. O que era um meio de complementar a renda familiar, converteu-se em principal objeto de trabalho e de ganho econômico do casal: “Na época em 2012, eu trabalhava fora. Eu tinha um emprego razoável. Mas fiquei pilhado em abrir o bar e tentar um extra. Não imaginava que daria esse ‘up’ e eu poderia viver só dele. Hoje, a gente consegue viver do bar”. A transição foi experimentada com otimismo, mas com cautela. A abertura do bar, conforme descrito pelo interlocutor, foi em uma peça de garagem inicialmente, na parte da frente de sua casa. Após, o negócio tomou proporções inesperadas. Isso porque, por uma demanda de um grupo de torcedores gremistas e por articulações de seu proprietário, o bar passou a ser constantemente procurado por torcidas organizadas e suas aliadas (MARTINS, 2019).

A partir de relações com alguns amigos e conhecidos, o “bar do Otto” ficou sendo visto como a referência para a autodenominada “maior torcida organizada do sul do Brasil”: a Geral do Grêmio. Uma referência: o espaço comercial de Otto passou a ser usado para a concentração de torcedores no pré-jogo, durante e no pós-jogo, bem como às comemorações de títulos. Ele relatou como desdobrou a aproximação inicial com o coletivo de torcedores: “A torcida veio e comprou a ideia. Uns amigos meus indicaram o bar e a torcida começou a vir. Vieram os cabeças, vieram conversando, aos poucos”. Ao longo do tempo, a relação com essa organizada e seus pertencimentos clubísticos se tornaram central em seu negócio: “O bar é meu e não tem nada a ver com a torcida. Nós

temos uma parceria, que ficou boa. Eu vendo minha cerveja e eles tem um local, uma referência”.

Evidentemente, as reciprocidades entre torcedores e o comerciante não são apenas materializadas nas trocas econômicas. Trabalho e festividade estão imbricados em múltiplos locais nos entornos da Arena do Grêmio, tal como nesse caso. Esteticamente, a “casa e bar”, imbricados, estão pintados com símbolos e cores gremistas (azul, preto e branco). Arquitetonicamente, é notável como o espaço do primeiro piso foi alterado para ser adaptado a um “bar” (com freezers, banheiros, churrasqueiras e balcões) e o espaço externo e público, em frente, torna-se apropriado pelo grupo de torcedores em dia de jogo.



Imagem 1: Torcedores confraternizam em frente aos bares na Avenida A.J. Renner. Foto retirada duas horas antes do jogo Grêmio e Chapecoense, realizado às 18h30min, no dia 15/04/2022 (acervo do autor).

O fato marcante é que a Avenida A.J. Renner é uma via não duplicada e que cede parte do seu terreno a uma calçada larga, ocupada pelos frequentadores dos bares, pedestres e como estacionamento provisório de carros. Nessa calçada, com mais de 10 metros de largura, muitos torcedores acabam consumindo bebidas e alimentos, tecendo encontros e ecoando cânticos com uma banda instrumental, por vezes. Aqui, a não execução de um projeto de infraestrutura urbana (a duplicação dessa avenida), previsto com a construção da Arena, resultou em um espaço de convivência aos dias de jogo.

Mas, afinal, de que contexto urbano e econômico estamos nos referindo?

## O contexto de instalação da Arena do Grêmio no bairro Farrapos:

Para comunicar uma perspectiva parcial e situada sobre o contexto de estudo, recorro, novamente, às palavras do interlocutor apresentado no preâmbulo:

“Achei muito boa a vinda da Arena pra cá em 2012, porque sou gremista e porque iria movimentar o bairro. Querendo ou não, a Arena movimenta o bairro. Não sou só eu, mas tem vários comerciantes que trabalham em dia de jogo e que vivem da Arena, ou fazendo uma renda extra, vendendo pastel, água, estacionando carro. Sempre tem alguém ganhando alguma coisa. Não é todo mundo, mas quem ‘tá’ mais na volta ali, ganha. De uma maneira, ou de outra, ganha seu dinheiro, entendeu? Ou vive disso, ou é uma renda extra” (Entrevista com Otto, em 21/03/2022).

As palavras enunciadas acima comunicam a existência de um contexto urbano recortado temporal e espacialmente por dinâmicas clubísticas, eventos esportivos, manifestações torcedoras e por práticas econômicas plurais e variadas. De início, convém apontar que a avaliação do morador, sobre um megaempreendimento no seu bairro de moradia, relaciona-se diretamente com as suas atividades econômicas cotidianas.

Neste sentido, o presente texto tem como base o estudo de aportes bibliográficos que versam sobre práticas econômicas, casas e temporalidades. Trata-se de um recorte de uma investigação etnográfica, iniciada ainda final de 2021, que valoriza fluxos ordinários e extraordinários em um bairro situado, dinamizado pela presença de um estádio de futebol, ou melhor, de uma arena privada destinada ao futebol e a outros usos eventuais - artísticos e esportivos. A pesquisa, de modo geral, busca ressaltar os efeitos variados do futebol e de práticas clubísticas para territorialidades e temporalidades, que conectam casas, mercados e populações (e que alteram práticas econômicas locais). Empiricamente, objetivo analisar dinâmicas e aspectos que modulam casas e comércios no bairro Farrapos, onde se localiza a chamada Arena Porto-Alegrense (estádio do clube Grêmio Futebol Porto-Alegrense) na zona norte de Porto Alegre, Rio Grande do Sul<sup>5</sup>.

Convém mencionar, de início, que diariamente veículos de comunicação regionais (na televisão, rádio e internet/mídias digitais) reportam informações e práticas sobre os clubes de futebol no Brasil. No estado do Rio Grande do Sul, destacam-se dois clubes: Grêmio Foot-Ball Porto Alegrense e Sport Clube Internacional, ambos de Porto Alegre.

---

<sup>5</sup> Nas estimativas do último censo do IBGE 2010, cerca de 19 mil pessoas residem no bairro Farrapos, marcado pelo predomínio de casas residenciais e poucas edificações verticais (prédios). Comumente, os moradores designam o bairro de “Vila Farrapos”, sendo “vila” um adjetivo empregado amplamente para traduzir a concentração de famílias de baixa renda e de alguns conjuntos habitacionais populares, naquele bairro. Informações em: <[http://portoalegremanalise.procempa.com.br/?regiao=47\\_0\\_0](http://portoalegremanalise.procempa.com.br/?regiao=47_0_0)> e <[https://rgp1poa.files.wordpress.com/2011/10/historia\\_dos\\_bairros\\_de\\_porto\\_alegre.pdf](https://rgp1poa.files.wordpress.com/2011/10/historia_dos_bairros_de_porto_alegre.pdf)>.

A rivalidade da dupla “Gre-Nal” faz parte do cotidiano gaúcho e já rendeu uma série de trabalhos acadêmicos, sendo uma dualidade constitutiva de pertencimentos clubísticos e regionais (DAMO, 1998; 2002; 2005; CELI, 2011; ALVES, 2014).

Porém, retenho outro foco como contexto de estudo. Trabalhos especializados apontam ao processo de “arenização” de estádios de futebol como uma mudança radical nas práticas clubísticas, nas formas de gestão do futebol e de manifestações torcedoras, em diferentes regiões do mundo (CRUZ, 2010; SILVA, 2018; TOLEDO, 2013; MARTINS, 2019). No caso de Porto Alegre/RS, a Arena Porto-Alegrense, ou Arena do Grêmio<sup>6</sup>, começou a ser construída em 2010 e foi inaugurada em 8 dezembro de 2012<sup>7</sup>, pela construtora OAS e outros parceiros comerciais. Anteriormente, o clube tinha sua sede situada cerca de 12 km da atual, no bairro Azenha, no antigo Estádio Olímpico<sup>8</sup>.

A mudança não é isolada de um contexto mais amplo. A tendência de arenização nos estádios brasileiros foi priorizada pelos gestores do clube, considerando tendências previstas à Copa do Mundo FIFA 2014 no Brasil e a escolha do estádio “Beira Rio”, casa do maior rival gremista, o Internacional, como uma das sedes desse megaevento esportivo (OLIVEIRA, 2010; CRUZ, 2010; SCHERER, 2017).

Em outra cidade brasileira, o trabalho de Fábio da Silva (2018) demonstra como as reformas no novo Maracanã, previamente à Copa, modificaram as relações e pertencimentos de torcedores com esse estádio, com novos padrões de funcionamento que implicaram em um processo de domesticação civilizada de seus frequentadores e de suas buscas por excitabilidade (SILVA, 2018; ELIAS & DUNNING, 1992).

Por outro lado, etnografias precedentes, como a de Antônio Cruz (2010) produziram um olhar multifacetado sobre como as relações entre torcedores e estádio são continuamente solidificadas não apenas por identificações afetivas e emocionais, mas também por práticas de consumo e lazer que ultrapassam o interior desses equipamentos. Destacam-se, também, as conexões territoriais, acessibilidades e possibilidades de integração do estádio com seus arredores - sua “conexão com o tecido urbano” (CRUZ, 2010) -, sugerindo que apropriações são feitas pelos torcedores e pelas populações de

---

<sup>6</sup> Mais informações sobre a Arena do Grêmio em: <<https://arenapoa.com.br/>>.

<sup>7</sup> O marco de início das obras foi em 20 de setembro de 2010, data de comemoração da chamada “Revolução Farroupilha” - feriado estadual. Detalhes sobre o início da obra estão disponíveis em: <<http://ge.globo.com/rs/futebol/times/gremio/noticia/2012/10/arena-do-gremio-origem-quando-nova-casa-coube-numa-mochila.html>>.

<sup>8</sup> O antigo Estádio Olímpico, também chamado de “Monumental”, enfrentou problemas estruturais antes de sua desativação. Um “passeio aéreo” filmado entre ambos estádios e a reação de torcedores, em 2012, pode ser visto em vídeo, disponibilizado em: <[https://www.youtube.com/watch?v=3aMzqE8\\_sRM](https://www.youtube.com/watch?v=3aMzqE8_sRM)>.

determinada localidade, envolvidas pelos fluxos dos eventos esportivos. Em 2022, a Arena do Grêmio fará 10 anos de existência, com capacidade para cerca de 56 mil pessoas. Ao longo de sua existência, um número significativo de torcedores compareceu ao estádio<sup>9</sup> e outra parcela se concentrou nos seus arredores<sup>10</sup>.



Imagem 2: Vista área da Arena do Grêmio. No lado esquerdo da foto, casas e comércios no bairro Farrapos. Após, a BR-290 (Freeway) e o acesso à BR-448. Foto: Luciano Lanes / Arquivo PMPA<sup>11</sup>.

Mas, afinal, o que ocorre nos entornos das novas arenas? Como esses grandes empreendimentos, que alteram fluxos de uma cidade, estão relacionados espacial, econômica e temporalmente com seus territórios? Quais efeitos para as comunidades e casas são identificados, a partir da instalação e funcionamento de uma Arena multiuso?

No caso da Arena do Grêmio e nos seus espaços adjacentes, envolvendo a comunidade do bairro Farrapos, é possível identificar uma ampla rede de casas, comércios

---

<sup>9</sup> Dados de 2019, antes da pandemia de COVID-19 (que alterou a rotina dos jogos e dos seus frequentadores), apontam que a média de público da Arena do Grêmio foi cerca de 21,5 mil torcedores por jogo - cerca de 40% da sua ocupação total. Em jogos de competições internacionais, a média de público chegou a cerca de 37 mil pessoas. Os dados dos públicos estão divulgados pelo Globo Esporte (GE): <<http://app.globoesporte.globo.com/futebol/publico-no-brasil/2019/time/gremio/index.html>>.

<sup>10</sup> Em incursões etnográficas prévias foi possível notar uma parcela de torcedores concentrados nas ruas e nos comércios, em casas e estabelecimentos nos entornos da Arena, durante as partidas. Para alguns deles, olhar o jogo fora do estádio é uma forma de se reunir com seus semelhantes, consumir nos estabelecimentos com preços mais acessíveis do que na Arena e de evitar os custos dos ingressos (para alguns, os valores são elevados e caros). Analisamos, nesse cenário, relações distintas com os territórios e de pertencimentos clubísticos. Em outros termos, todos podem torcer; mas só uma parte pode torcer dentro do estádio.

<sup>11</sup> Imagem disponível na matéria “Finalizado acordo para retomada das obras nos entornos da Arena do Grêmio”, publicada em 09 de abril de 2021, no portal G1: <<https://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/noticia/2021/04/09/finalizado-acordo-para-retomada-das-obras-do-entorno-da-arena-do-gremio-em-porto-alegre.ghtml>>.

e estabelecimentos (além de vendedores ambulantes e outras ocupações), que nutrem ligações com as temporalidades do estádio e dos jogos. Inspirado por Antônio Cruz (2010), retenho que a capacidade do equipamento de gerar mudanças (benefícios e prejuízos) à população vinculada e aos usuários do estádio é um caminho possível para se estudar as práticas econômicas locais, dinâmicas familiares e transformações das casas (temporalidades, memórias e respostas às crises). No caso a ser estudado, destacam-se populações que lidam com fenômenos que ultrapassam a esfera do futebol (como a pandemia) e produzem incertezas em seus ganhos econômicos e projeções de futuro.

Em uma breve incursão etnográfica, no dia do último jogo do Grêmio no Campeonato Brasileiro de 2021, foi possível contabilizar mais de 80 casas comerciais (ou negócios) nas proximidades da Arena, não sendo contados os ambulantes e demais comerciantes nômades<sup>12</sup>. Os comércios servem diretamente torcedores e moradores do bairro, usuários ou não do estádio, sendo eles: bares, restaurantes, mercearias, mercados, espaços para confraternização das torcidas e coletivos organizados (identificados e reservados). Ambulantes vendendo bebidas, comidas e roupas e guardadores de carro são ocupações comumente vistas, também.

Como destacou Daniele Martins (2019), em muitos locais, os estabelecimentos foram abertos nos quintais, na parte da frente ou garagens das casas, produzindo uma configuração peculiar do espaço para fins socioeconômicos. Em algumas áreas públicas, ambulantes instalam varais com produtos identificados (convertendo paradas de ônibus e canteiros em vitrines para camisetas e produtos gremistas). Em outras edificações, as casas habitadas deram lugar aos comércios, gerando transformações materiais e simbólicas significativas. Lugares assim são facilmente reconhecidos, pois costumam ter um apelo estético definido pelas cores gremistas, sobretudo o azul celeste, além de placas de identificação com marcas de bebida e comida.

Contextualmente, penso que estamos nos referindo a uma rede de casas mutáveis, geridas por famílias (parentes e afins), que engendram práticas econômicas diretamente atreladas aos ganhos e fluxos dos eventos esportivos (e demais tipos de eventos, como shows e festas, feitos na Arena). Para este artigo, contudo, focarei em comunicar como, no cenário da pandemia de COVID-19, a suspensão da presença do público no estádio foi uma forma de evitar possíveis aglomerações, mas não apenas alcançou esse resultado.

---

<sup>12</sup> Registros de trabalho de campo, realizado em 5 de dezembro de 2021, horas antes do último jogo do Grêmio na temporada. Nesse mesmo dia, o clube foi rebaixado para a segunda divisão do futebol brasileiro, após uma temporada de instabilidades e gastos excessivos na contratação de jogadores.

Para fins etnográficos, interessa-me trabalhar na elaboração de como esse momento de restrições foi vivenciado em comércios locais, alterando práticas econômicas familiares e gerando incertezas em suas projeções e expectativas de futuro. Situei a análise em dois casos, que auxiliam a reflexão sobre as consequências econômicas e sanitárias da pandemia, vividas indissociavelmente, bem como ilustram diferenças e semelhanças. Em um contexto influenciado por múltiplas escalas, demonstro como as temporalidades pandêmicas atravessaram casas, experiências e expectativas de comerciantes.

### **Sem torcida e sem bar, mas com a família: o caso de Otto**

Segundo Otto, a aglomeração de torcedores, as manifestações e performances, junto ao consumo de bebida alcoólica, nem sempre favorecem a uma convivência lúdica e harmônica entre os envolvidos: “Isso aqui dá uma grana, mas dá uma incomodação, que vou te dizer. Função de torcida, sempre tem estresse, ninguém tem o mesmo pensamento, tomando algo, muita gente fica alterado”.

A seguinte analogia, empregada pelo interlocutor, é ilustrativa sobre como o inesperado pode irromper durante os eventos: “Eu digo que isso aqui é uma granada sem pino. Pode explodir a qualquer hora. Tem jogo que passa sereno. Tem jogo que explode, dá briga, aparece a polícia”. O policiamento ostensivo, em dias de jogo, nem sempre garante a prevenção e contenção de brigas, desavenças e conflitos, que podem respingar nos que estão próximos e nos próprios comerciantes - que buscam conter qualquer situação dentro dos espaços comerciais e apaziguar possíveis desavenças. Essas são situações extraordinárias, dentro de um funcionamento já “rotinizado”, dos bares e comércios nos entornos da Arena<sup>13</sup>. Veena Das (1995) já havia comunicado, em outro contexto distinto, como o cotidiano é tecido e invadido pelos fluxos extraordinários dos eventos, mas também como eventos são incorporados ao cotidiano. Nesse caso também, notamos como as situações de violência irrompem nas rotinas dos bares, por vezes.

Cerca de quatro pessoas costumam trabalhar no bar de Otto em dia de jogo: além do dono, a sua filha mais nova, o genro e um amigo - todos com emprego fixo em outros

---

<sup>13</sup> O horário de funcionamento do “bar do Otto” é diretamente atrelado ao dia e horário de jogo, tanto na Arena, quanto em um jogo “Gre-NaI” no Beira Rio, estádio do Internacional, já que torcedores podem se concentrar no comércio também nessas ocasiões. Em geral, o comerciante abre cerca de 6 horas antes de cada jogo e não possui um horário fixo para fechar, dependendo da demanda dos consumidores e da disponibilidade de estoque de bebidas.



locais, mas “ganhando um extra ali”. A sua esposa, Lourdes, contribui com atividades de limpeza e logística, mas não costuma trabalhar quando o comércio está aberto<sup>14</sup>. Aqui, a imagem da casa moradia-comercial está atrelada ao parentesco e às relações de afinidade.

Ensejando reflexões sobre a casa, no clássico *After Kinship*, Janet Carsten (2004) propõe uma análise acerca das formas de produção de “relacionalidades”, dando ênfase à esfera do parentesco e à da casa. A partir da noção mencionada (do inglês, *relatedness*), a autora proporciona ênfase analítica a diferentes dimensões cotidianas que incidem sobre os laços de parentesco. No capítulo *Houses of memory and kinship*, Carsten (2004) sugere que uma atenção aos processos da casa, em contextos específicos, traduz um olhar sugestivo para práticas concretas e a relações de substância, nas dinâmicas relacionais do parentesco. Como lidar com outros aspectos que constituem o parentesco, como relações com e nos espaços domésticos e práticas econômicas familiares?

Para essa antropóloga, uma atenção às casas e sua mutabilidade ao longo do tempo permite a identificação de conexões entre diferentes domínios vinculados ao parentesco: processos de alimentação e nutrição (comensalidade); relações entre parentes emocionalmente constituídas (afetividades e emocionalidades); práticas corporais de incorporação de normas sociais (domesticidade e normatividade); relações entre gêneros e divisões do trabalho, dentre outros. Logo, as casas se modificam pelas formas como as pessoas se relacionam nelas e são modificadas por vetores de força externos, também.

Durante o período sem a presença de público, por conta da pandemia de COVID-19, Otto observou seu estabelecimento fechado durante quase 2 anos (março de 2020 até novembro de 2021). Dívidas no banco e contas fixas foram acumuladas. Objetivamente, a impossibilidade de abrir o bar durante a pandemia afetou e diminuiu drasticamente a sua renda e modificou as formas de obtenção de dinheiro naquele contexto familiar.

Em 12 de março de 2020, um “Gre-Nal” foi disputado na Arena do Grêmio, pela Copa Libertadores da América, com a presença de cerca de 50 mil torcedores<sup>15</sup>. Foi o último jogo liberado com torcida, diante da propagação do novo coronavírus. Após, impedido de abrir o bar, o interlocutor viu a atividade econômica que mais lhe dava lucratividade ser prejudicada. Curiosamente, ainda no final de 2019, havia iniciado em um emprego com carteira assinada, na qual realizava entregas no ramo da construção

---

<sup>14</sup> Em uma das minhas incursões pelo bairro, observei Lourdes recebendo produtos e negociando com fornecedores de bebida, mas em um dia no qual o bar estava fechado e Otto havia saído para “resolver um problema familiar com a sogra”. Obrigações familiares e econômicas estão continuamente imbricadas.

<sup>15</sup> Presenciei esse jogo como torcedor (considero-me hoje pesquisador-torcedor), recordando como o clima no estádio e no bairro era marcado pela “novidade pandêmica”. O assunto era tema comum entre torcedores.

civil. Otto tinha uma caminhonete, que lhe servia para trabalhar fora e na logística do seu negócio em casa. Como me afirmou, Otto estava sem sua “galinha dos ovos de ouro”, impossibilitado de abrir o bar. Menos de 30 dias após as mudanças no seu horário de trabalho, a empresa lhe chamou para assinar a demissão, juntamente com outros colegas. O mundo desabou em sua cabeça: “Dispensaram todas as caminhonetes. Eu fiquei sem o bar e sem meu emprego fixo”. Como lidar com as incertezas da pandemia e as instabilidades nas entradas de dinheiro? Quais estratégias eram possíveis para ter algum ganho econômico e ganhar a vida durante as impossibilidades que se produziram em sua vida? Como conduzir a vida e imaginar soluções, nesse momento de crise?

Desdobrando uma análise historiográfica, Reinhardt Koselleck e Michaela Richter (2006) situaram que o conceito de crise, ao longo do tempo, tem apresentado uma flexibilidade metafórica e adentrado no cotidiano, envolvendo decisões em várias áreas da vida. Crise, refletem os autores, pode se referir a um estado de maior ou menor permanência, ou indicar uma transição para algo melhor, pior, ou totalmente diferente do que aquilo que é vivenciado. Por outro lado, em diferentes usos (na medicina e na economia, por exemplo), a identificação de uma crise implica a elaboração de diagnósticos e prognósticos (identificar problemas e propor soluções).

Durante os meses de maio, junho e julho de 2020, Otto passou um período conturbado, sem ter trabalho e uma fonte de renda fixa. Era um cenário nebuloso, as incertezas eram maiores do que sua capacidade de planejar o futuro: “O problema é ficar desempregado e não ter onde procurar emprego”. Como imaginar soluções para esse período de crise? Sua frase é um resumo, possivelmente, de um estado crítico partilhado por muitas pessoas naqueles primeiros meses de pandemia no Brasil.

Nesse período extraordinário, a aposentadoria de sua esposa e a de sua sogra foram cruciais para garantir as despesas com alimentações e outras contas básicas. Mas, retomando Carsten (2004), nem só de harmonia se faz parentesco e casa. Ao que pude notar, diante das instabilidades emocionais e subjetivas geradas nesse interlocutor, as crises também fomentaram rearranjos nas práticas econômicas e nas dinâmicas relacionais do parentesco, alterando ou refazendo conexões entre familiares, situados em uma rede de casas. Assim, na crise, Otto ajudou e, também, foi ajudado por familiares.

Otto conseguiu um novo trabalho já quase em agosto de 2020. Como tinha uma caminhonete grande, com espaço para frete, a solução encontrada passava pela capacidade de transporte desse veículo. A partir do apoio de um amigo, começou a fazer frete para uma madeireira, levando materiais aos clientes e ganhando por hora trabalhada.

Em suas palavras: “foi o que me segurou quase um ano, enquanto não tinha jogo”. Já na metade de 2021, a empresa lhe dispensa novamente e a instabilidade volta a lhe bater à porta. Com algumas contas de casa atrasadas e um financiamento bancário retirado antes da pandemia, Otto não notou outra alternativa, que a de vender a sua caminhonete e comprar um carro popular usado, ganhando dinheiro na diferença entre ambos. O objetivo era, até o retorno dos jogos e avanço da vacinação no Brasil, ter uma forma provisória de sustento: trabalhar como motorista de aplicativos, como Uber e 99 Pop.

A ideia funcionou, principalmente entre agosto e novembro de 2021: “Com aplicativo não ganhava muito, mas conseguia pagar as contas. Mas quando liberaram de novo pra começar os jogos com torcida, aliviou”. Com o retorno do funcionamento de seu bar, em dezembro de 2021 e, sobretudo, em janeiro de 2022, o trabalho de motorista ficou sendo realizado, paralelamente, mas como modo de obter uma “renda extra”. Com o Grêmio disputando a série B do Campeonato Brasileiro de Futebol, em 2022, Otto seguiu trabalhando como motorista. Restam dúvidas sobre os fluxos e movimentações de torcedores diante da situação técnica do time. Em minhas observações em campo, porém, notei que a presença de participantes da Geral do Grêmio foi constante no bar do Otto.

Resumo da ópera. Ter o comércio fechado, perder o emprego, endividamento bancário, ter que contar com ganhos da sogra e da esposa, virar motorista de aplicativo, lidar com as agruras da pandemia – tudo em aproximadamente dois anos! Olhar para como as pessoas navegam nas crises segue sendo um meio pertinente para entender a relação entre casa, memória, parentesco e economia (L’ESTOILE & NEIBURG, 2020).

### **O caso de Pedro e Amélia: pandemia, reformas na casa e eleições gremistas**

Após tecer críticas sobre o racismo no mundo dos negócios e comentar sobre a atuação militante de seus dois irmãos, Pedro, 60 anos, comunicou-me como, em suas relações familiares, ocorre a predominância de torcedores do Sport Club Internacional: “Na minha família, a maioria é colorado. Eu sempre fui gremista. Meu pai era, minha mãe também. Minha mãe tem 83 anos e é fanática, sempre olha o jogo”. Em sua biografia, as relações com o futebol foram variadas. Pedro chegou a jogar como profissional no futebol de salão, sendo contratado pelo Internacional, ainda quando era jovem. Anos depois, chegou a ser segurança do mesmo clube. Já sua esposa, Amélia, 61 anos, trabalhava como cuidadora e secretária doméstica. Atualmente, porém, encontra-se aposentada por conta de um problema de saúde. O dois são casados a mais de 40 anos.

Em 2018, ambos decidiram alugar uma casa na Avenida Padre Leopoldo Brentano, em frente à Arena do Grêmio. Foram incentivados por familiares de Amélia. O intuito, na ocasião, era a reforma do local e a abertura de um novo negócio, principalmente em dias de jogos. Com o espessamento das relações com a filha e a irmã de Amélia, Pedro foi se ambientando ao bairro Farrapos, ao longo do tempo, reconhecendo dinâmicas dos comércios na região desde a inauguração da Arena: “Do lado mora minha cunhada e do outro é minha enteada. É a irmã da minha esposa e filha dela. Elas moram aqui quase 40 anos. Eu ‘tô’ nessa casa 4 anos. Desses 4 anos, não trabalhei nem dois, por conta da pandemia”. Antes de abrir seu próprio negócio, Pedro havia auxiliado o comércio da enteada, vizinho ao seu. As reciprocidades entre familiares sugerem como os laços de vizinhança, naquele recorte socioespacial, indicam configurações de casas altamente dinâmicas (MARCELIN, 1996; MOTTA, 2014).

Notavelmente, Pedro dizia-se dono do comércio e se incomodava com a vizinhança (“parente é bom longe, sempre tem alguém olhando”)<sup>16</sup>. Mas Amélia demonstrava gerir as relações familiares envolvendo a filha e irmã, sobretudo motivando o envolvimento de Pedro no controle das entradas e saídas de dinheiro e nos investimentos materiais que eram feitos na casa comercial-residencial. Dito de outro modo, a relação masculina com a gestão do dinheiro da casa não desestabilizava o protagonismo feminino na gestão das relações familiares e econômicas, tal como aludiu Viviana Zelizer (1989).

Desde a inauguração da Arena, Pedro reconheceu uma mudança radical nas casas vizinhas, nos estabelecimentos dos entornos e nas especulações imobiliárias na sua casa, alugada de outro proprietário: “Cresceu muito no entorno, aqui eram casinhas simples. Quando estavam fazendo a Arena, ofereceram 40 mil reais aqui pro dono e ele queria vender correndo”. E complementou: “Depois de um tempo, fizeram uma proposta pra ele de 250 mil, sem ele oferecer”. Mesmo com as propostas, o proprietário manteve a casa alugada para Pedro e Amélia, que ampliaram a sua infraestrutura comercial e de moradia.

A situação de não ser um “imóvel próprio” dos atuais ocupantes é avaliada e considerada pelos mesmos, mas as reformas na casa são, também, um modo de garantir a permanência da família naquele espaço: “‘Tô’ investindo num imóvel que não é meu, mas eu tenho tudo que fiz aqui documentado. Amanhã ou depois, se sair, posso sair, mas

---

<sup>16</sup> Em mais de uma ocasião, enquanto almoçava com Pedro e Amélia, um dos sobrinhos do casal apareceu no local, trazendo recados ou carregando um pote, para pegar comida e levar para casa ao lado. Pedro me garantiu que o gesto era pago em dinheiro, mas não notei nenhuma ação monetária no ato, por parte dos envolvidos. As trocas de dinheiro entre parentes não eram visíveis aos “de fora”? Ou, para Pedro, deveriam ser? Notei que Amélia também geria as trocas no interior da cozinha e a circulação de pessoas na casa.

eu vou deixar tudo isso aqui para o cara de graça? Pergunta pra ele [proprietário], quanto vai voltar a valer essa casa?”. Pedro falava-me sobre o assunto demonstrando fotos de quando haviam se mudado para aquela residência, na época, com condições precárias de habitação. Por outro lado, não deixava de cogitar uma saída do local, já que “isso aqui toma muito tempo”, assumindo que as temporalidades dos fluxos comerciais da Arena não apenas se resumem ao dia de jogo. Notadamente, as aspirações de futuro do casal implicam em uma maneira cautelosa de gerir o próprio negócio. Pedro afirmou não cogitar em tentar adquirir o imóvel em definitivo e virar o proprietário, tendo em vista que “a idade chega”, busca ter uma “vida mais sossegada” e “cuidar da saúde da esposa”. Temporalidades, noções de saúde e ideais de cuidado demarcavam seus objetivos futuros.

De fato, as preparações e organização do negócio não se resumem a poucas horas de dedicação, diante da concorrência na vizinhança. Trata-se de um investimento cotidiano, diante de temporalidades que são aprendidas e engendradas conforme o calendário de eventos na Arena do Grêmio. Norbert Elias (1998, p. 10) já chamou a atenção para a forma como a racionalização do tempo, no mundo ocidental, implicou em um longo processo de aprendizagem, sendo o calendário uma espécie de quadro de referências, que proporciona sentidos a uma sequência ordenada de acontecimentos. Destaco que o calendário de eventos é valorizado diante de expectativas e planejamentos financeiros das famílias com comércios em suas casas, nas imediações da Arena.

Por outro lado, o calendário e o planejamento de cada jogo e demais eventos, por si só, não determinam como serão as previsões de entrada e de circulação de dinheiro. Existem aspectos variados atrelados à sazonalidade dos ganhos, conforme destacou-me Pedro: “O Grêmio jogando na final ou semifinal de Libertadores, isso aqui enche, 50 mil pessoas. Diferente de um jogo de série B, que tem 8, 9 mil pessoas, segundona, adversário fraco e o Grêmio jogando mal. Mas tem muita coisa que influencia”. Para ele, além do desempenho esportivo, os negócios são afetados pelo clima (“se chover é um público, se não é outro”), pela fidelização do público frequentador, pela situação econômica mais ampla da cidade e do país e pelos efeitos do período de pandemia - uma leitura complexa.

E mais, sua visão crítica é contundente, em relação a um efeito significativo da arenaização no futebol brasileiro: “O público que sustenta o futebol aqui é o que tem dinheiro. O povão ‘tá’ louco para vir, mas não vem por qual motivo? Certamente porque não tem 150 pila para pagar em cada jogo”. Suas palavras, ditas em julho de 2022, não deixam dúvidas do que está sendo tratado: “Uma coisa que falo: criar umas Arenas para 50 mil e no último jogo do Grêmio ter 9 mil pessoas é porque eles [gestores do futebol]

não querem ganhar na quantidade. O futebol ficou elitizado. O povo não deixou de gostar”. A propósito, a percepção sobre a elitização do acesso ao espaço arenizado, como veremos, voltará como fonte a um modelo de negócio ensejado pelo próprio interlocutor.

A historicidade da presença de Pedro e Amélia na casa alugada, aliás, merece uma descrição atenciosa. Antes de se mudar para o bairro Farrapos, o casal residia no bairro Agronomia, zona leste de Porto Alegre. A narrativa de Pedro ressaltou parte de seus esforços pessoais e familiares para fazer da casa um espaço comercial e de moradia, conjuntamente: “A gente veio para cá abrir o comércio, estamos em obra até hoje. Eu sou o pedreiro, eu que pinto, eu que boto a cerâmica, atendo aqui. Isso aqui era bem ruinzinho, era uma casa bem ruim. Mas fomos fazendo aos poucos”. A casa apresenta dois pavimentos. Na parte de baixo, uma garagem convertida em área comercial, reunindo balcões, freezers, mesas, banheiro e uma cozinha com fogão industrial. Na parte de cima, uma área coberta com churrasqueira, fogão a lenha, separada de dois quartos, uma sala pequena e uma área de fundos. Uma única cozinha é usada na casa e no comércio.

Após me falar de várias mudanças feitas no interior da casa (pinturas, troca da escada e das portas, reformas nos banheiros, colocação de azulejos na garagem, revisão e manutenção da fiação elétrica, dentre outras), Pedro convidou-me para ir ao segundo andar e conhecer o que ele designou de “área para clientes mais VIP’s” (naquele mesmo momento, perguntava-me quem eles eram...). Fiquei impressionado com a infraestrutura disponibilizada: mesas de madeira, churrasqueira, banheiro, fogão a lenha, talheres, copos, equipamentos que sugeriam o uso do espaço para festas e encontros variados. Era, realmente, uma área que demandava um investimento temporal e financeiro considerável - nem mesmo o telhado era o original, já que Pedro havia trocado por um de alumínio. Contudo, o ambiente ainda estava em obras, os azulejos sendo colocados, outras paredes sendo pintadas (“amanhã o cara vem aqui instalar o WiFi”, “quero colocar uma televisão também”). Em julho de 2022, a reforma estava em andamento e a expectativa era de que até o mês seguinte tudo estivesse pronto. Em agosto de 2022, o cenário já era outro<sup>17</sup>.

O interlocutor justificou-se: “Isso aqui, se não fosse a pandemia, já ‘tava’ tudo pronto e eu diria: agora vamos colher”. As temporalidades da pandemia demarcam uma série de mudanças e rearranjos na vida familiar, com repercussões consideráveis ao seu

---

<sup>17</sup> Acompanhei o jogo entre Grêmio x Cruzeiro, no dia 21/07/2022 pela série B do Campeonato Brasileiro, também no bar de Pedro e em outros comércios da vizinhança. Notei a vanços na reforma que ele planejava, como a colocação dos azulejos e pintura de boa parte do segundo pavimento. Na ocasião, o público presente no estádio passou dos 51 mil torcedores. Porém, uma boa quantia acompanhou o jogo nos seus entornos.

negócio: é a partir da restrição de fluxos de frequentadores que Pedro e Amélia dedicam-se a investir nas reformas do segundo piso da casa. Mas apenas isso não explica tudo.

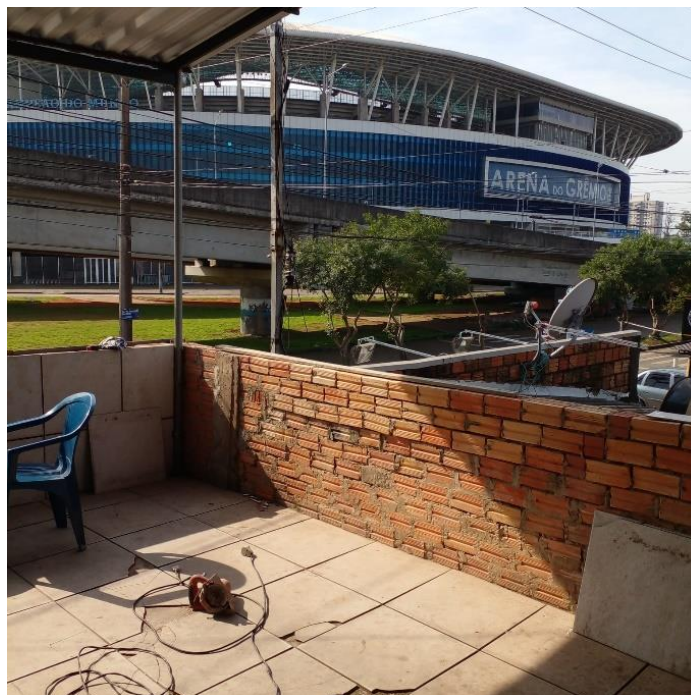


Imagem 3: reformas no segundo piso e vista para a Arena do Grêmio em 05/07/2022 (acervo do autor).

Não pude deixar de aventar como o “tempo da política” também adentra as casas e, como já classicamente outros antropólogos inferiram, permeia as relações entre “patrões e subordinados” (PALMEIRA & HEREDIA, 2010). 2022 é considerado eleitoral no Brasil, mas não apenas na política nacional partidária. Localmente e institucionalmente também o é. Novas eleições ocorrerão para o Conselho Deliberativo e, após, para a Presidência do Grêmio (em setembro e novembro, respectivamente). Diante das temporalidades da política institucional, Pedro faz questão de ressaltar a quem se destina o espaço em reforma: “Aqui é pro pessoal chique, médico, enfermeiro, advogado; tem um até que é candidato a presidente do Grêmio”. Trata-se, deste modo, de uma maneira de operar o seu modelo de negócio, que busca trabalhar “com quem tem grana pra gastar”. Os citados figuram na narrativa como homens, desdobram a sua hegemonia em espaços masculinizados no interior de um clube de futebol. Com efeito, reservar o espaço do segundo piso para um grupo de torcedores revela como a circulação monetária ocorre a partir de critérios sociais e não apenas econômicos e, também, a partir de hierarquias estabelecidas nas construções sociais de gênero (ZELIZER, 1989).

O interlocutor elucidou: “Em dias de jogos, vem uma turma de peso fazer churrasco aí, isso aqui ‘tava’ bem feio antes, mas eles começaram a fazer e vieram comigo

de parceria. Cobro deles 10 reais por pessoa, só pra subir”. Os ganhos iniciam desde antes do dia do jogo, na confirmação do número de clientes que irão usufruir do espaço reservado. Além dessa entrada de dinheiro, os ganhos principais são obtidos a partir do consumo de bebidas alcólicas, que acompanham os churrascos em dias de jogo.

A estratégia de fidelização se dá com base em um julgamento de *status* e valor atribuídos aos frequentadores: “Eles têm uma turma de caras endinheirados. Então, na verdade, são uns caras diferenciados” (mecanismos de distinção se coadunam com acordos de priorização). É possível lembrar como, em outro contexto etnográfico, trabalhando com comunidades camponesas, Frederic Bailey (1971) destacou o uso da noção de “status” para traduzir o prestígio social de uma pessoa, conectado à reputação, a qual necessita de uma avaliação pública e de valores partilhados por um coletivo.

Neste sentido, Pedro mantém relações com algumas lideranças de um movimento político constituído por torcedores gremistas, de modo a associar o seu espaço com a fidelização de um público consumidor que poderá “pagar sem reclamar” pelos produtos e serviços ofertados. A seletividade do público consumidor é valorizada pelo comerciante, que joga com os meios de manutenção da reputação dos candidatos da política gremista: “É isso que eu digo: se eu tenho um comércio, eu escolho quem eu quero aqui. Não ‘tô’ competindo com os outros bares da volta”. A atribuição de valor monetário, para Pedro, se coaduna perfeitamente com avaliações morais e econômicas: “Pra mim, ser humano não tem que ser diferenciado. Se o cara entrar aqui e tomar uma cerveja cara, ou uma mais barata, ganho igual. Mas quem tem dinheiro pra tomar a mais cara, toma mais e não pensa que gasta mais”.

Dessa forma, dois objetivos são alcançados pelo comerciante: lucratividade e a garantia de que um espaço valorizado da casa seja ocupado por um público diretamente pertencente à política institucional do Grêmio. Trata-se de uma estratégia de afirmação e manutenção do negócio, que fideliza um grupo de torcedores consumidores a partir da transformação e mutabilidade de um dos espaços da casa (planejado para lazer e fins comerciais alternadamente, com vista exclusiva para a Arena). Em outro encontro que tive com Pedro, ele detalhou-me como utiliza parte dos ganhos para distribuir mensalmente “quentinhas” para moradores de rua na cidade, a partir de valores associados à sua religiosidade: “eu sei que fazer o bem me retorna em proteção espiritual depois”. Notamos como futebol, política, economia, religião, parentesco e casa estão entrelaçados pelos dinheiros e moralidades. Visualizamos, ainda, como a multifuncionalidade dos espaços da casa está imbricada com as temporalidades dos eventos e do cotidiano.



Mas essa mutabilidade da casa, materializada nas sucessivas reformas feitas por Pedro e Amélia, foram, também, fomentadas pelos frequentadores referidos. Após acordos com um dos integrantes do movimento político gremista, o comerciante obteve apoios financeiros para poder concluir as melhorias no segundo pavimento da casa. Aqui, temos um importante achado etnográfico: a ocasião faz o bom comerciante. Por precisar de uma referência espacial para os eventos do coletivo, um dos líderes do grupo financiou uma parte das obras e assumiu a sua “palavra de honra” com Pedro sobre a frequência no local. Temporalidades da política, *status* e reputação também fomentaram mudanças na casa.

Antes do ano eleitoral, durante o ano de 2020 e 2021, com os bares e restaurantes fechados como medida estatal, Pedro optou por utilizar seu carro para trabalhar como motorista de aplicativo (algo semelhante ocorreu com Otto, como descrevi). Por outro lado, com o retorno mais contínuo do calendário de jogos e do público torcedor na Arena, a partir de fevereiro de 2022, o comerciante retomou relações que lhe geram condições financeiras para obter o dinheiro da casa: “Fiquei 2 anos fechado, pagando aluguel. Fiz mais de 14 mil de corrida no app, uma experiência a mais, mas mantive meu negócio”. Além dos ganhos com os aplicativos no período pandêmico, a família contou com a aposentadoria de Amélia e valores pontuais de eventos feitos no final de 2021. Esse momento foi vivido como um “tempo de espera” e de “investimento” considerável.

Em 2022, o comércio de Pedro e Amélia ganhou novos contornos. Por estarem em casa envolvidos com as reformas, eles resolveram abrir o bar e restaurante diariamente: “Agora, abrimos dia de jogo e sem jogo. Dá um movimento bom, mas sem jogo é mais sossegado, o poder aquisitivo do pessoal aqui é baixo. Morador aqui ‘tá’ circulando e comprando”. Durante os dias sem jogos, o local oferta lanches, comidas e bebidas em geral, principalmente para a vizinhança e trabalhadores da manutenção da Arena. O perfil do público consumidor muda, reiterou-me Amélia, em dias de jogos.

As expectativas são comunicadas conforme o calendário de jogos do Grêmio, a partir do segundo semestre de 2022. A ideia do casal é aproveitar a melhora no clima gaúcho (“vai começar a esquentar”), os jogos do final do Campeonato Brasileiro na série B (“a torcida vem pra ver o Grêmio subir”) e o confronto com adversários diretos para o retorno do Grêmio na série A, além de maior controle biopolítico da pandemia e o cenário de efervescência nas eleições gremistas. Outro fato é temporalmente marcado: a Copa do Mundo no final do ano, que deve atrair frequentadores nos comércios locais.

Por sinal, Pedro empregou a mesma metáfora que Otto para se referir ao seu negócio e classificar a sua importância: “Aqui é minha galinha dos ovos de ouro”. Ambos

não se conhecem, apesar de morarem no mesmo bairro. A seguir, considero algumas semelhanças e diferenças entre os seus casos e em como vivenciaram o período pandêmico, ainda em curso – exaltando relações entre experiências e expectativas.

### **Algumas considerações:**

Para demonstrar como o tempo histórico está constantemente em mutação e como é possível reconstruir fatos a serem comunicados, Koselleck (2006) emprega duas categorias analíticas distintas, as quais entrelaçam passado, presente e futuro. São elas: “espaço de experiência” e “horizonte de expectativa”. Categorias que, com efeito, fundamentam a possibilidade de uma narrativa histórica, que também são experiências vividas e constituídas pelas expectativas das pessoas. Desta forma, para Koselleck, “não há expectativa sem experiência, não há experiência sem expectativa” (2006, p. 307).

Para o autor, a “experiência” traduz um passado atual, no qual acontecimentos foram assimilados e podem ser recordados. É a partir da experiência que se fundem formas de comportamento e de conhecimento. Já a expectativa se traduz como “futuro presente”, está ligada ao ato de esperar, voltada para o “ainda-não”, para o “não experimentado”, para o que “pode ser previsto”, sendo decomposta em uma infinidade de acontecimentos (KOSELLECK, 2006).

Desdobrando a categoria de “espaço de experiência”, notamos como o aglomerado de tempos vividos formam uma noção espacial de “experiência”, a partir da elaboração de acontecimentos passados. Vemos, também, como experiências passadas informam expectativas, que ainda não se converteram em experiências. Já no desdobrar da categoria de “horizonte de expectativa” temos uma forma de enxergar, esperar e imaginar futuros que produzem novos “espaços de experiência”, os quais ainda não podem ser contemplados – diante do devir, esperado como acontecimento distinto do que foi o passado. Em outros termos, a expectativa não pode ser adquirida sem a experiência.

Ao olhar para os casos de Otto e de Pedro - dois homens com faixas de idade semelhantes, mas com “espaços de experiências” raciais, de gênero, familiares e econômicas distintos -, vislumbramos como eles organizaram seus negócios a partir da inauguração e funcionamento da Arena do Grêmio e de seus eventos esportivos e sociais.

No caso de Otto, morador antigo do bairro Farrapos, as iniciativas à obtenção de ganhos com a abertura de um bar, em 2012, acoplado em sua casa, se transformaram em experiências elaboradas e incorporadas às práticas econômicas familiares – algo também

visto no caso de Pedro e Amélia, mas de outro modo. Nos dois casos, os comércios se converteram na principal atividade econômica familiar, envolvendo a casa, os laços de parentesco e o pertencimento clubístico em torno do negócio.

No caso de Pedro e Amélia, outros “espaços de experiência” informaram a abertura do bar e restaurante, também acoplados à casa, em 2018. Antes de investir na casa alugada, ambos trabalharam auxiliando familiares, atualmente vizinhos, durante os eventos na mesma localidade. Além disso, o “espaço de experiência” remontado traduz como, ao abrir o próprio bar e restaurante, Amélia e Pedro se utilizaram de saberes adquiridos no passado, mobilizados para informar o modelo de negócio do casal. Em outra ocasião, eles me comunicaram como havia sido trabalhar como caseiros, por quatro anos, na casa de inverno de um “endinheirado”, um empresário do ramo da comunicação.

Deste modo, Pedro declarou que “sabe lidar com gente rica”, apesar de ser originário de “família humilde”. As experiências de convívio entre classes e suas hierarquias sociais são espelhadas em escolhas no presente e traduzem “horizontes de expectativas”. Nesse contexto, a escolha por “trabalhar com gente endinheirada” e reservar o segundo piso da casa para lideranças de um movimento político gremista tornou-se uma estratégia à obtenção de ganhos e de inserção em uma rede de relações que desdobraram novos investimentos nos espaços da casa - convertidos em uma espécie de referência aos frequentadores do comércio. Do mesmo modo, a escolha do público para frequentar um “espaço exclusivo” está baseado em uma ideia na qual determinados tipos de torcedores podem pagar por eventuais danos causados pela descontração, pelo lazer em “busca da excitação”, isto é, pelo momento de externalizar as tensões e emoções recalçadas pelo processo civilizatório cotidiano (ELIAS & DUNNING, 1992).

No bar do Otto, por sua vez, o modelo de negócio abarca outros grupos de torcedores, ligados com as torcidas organizadas (MARTINS, 2019). O olhar para a concorrência de outros bares é inevitável, a esse comerciante (“Se o litrão de cerveja for 1 real mais barato no bar do lado, eles vão lá”, se referindo a como deve equiparar os preços com comércios vizinhos). Nesse caso, a venda de produtos e bebidas alcóolicas valoriza a quantidade do público consumidor, não necessariamente a capacidade econômica dos consumidores. O território também é um elemento central, tendo em vista que a localização do bar e sua relação com a rua, ainda não duplicada e com largo espaço de concentração de pessoas na calçada, torna-se um atrativo para que as manifestações torcedoras possam ocorrer – com cânticos, instrumentos, artefatos explosivos e símbolos

clubistas. No bar do Otto, a busca pela excitabilidade e pela externalização das emoções é central para que o consumo ocorra e aglutine festa e trabalho em torno da casa.

A comparação dos casos demonstra como a heterogeneidade das torcidas, de suas manifestações e de suas práticas econômicas é algo que não se deve perder de vista e que deve ser aprofundado etnograficamente. Complementarmente, entre os dois modelos de negócios, chama a atenção como os principais e mais constantes públicos frequentadores são fidelizados. Os comerciantes, nos dois casos, articularam comunicações e acordos tácitos com representantes de grupos organizados – no bar do Otto, “os cabeças” de torcidas organizadas buscaram uma referência; no bar de Pedro e Amélia, as lideranças de um movimento político buscaram um espaço de articulação e de descontração.

A pandemia de COVID-19, por sua vez, produziu novos arranjos e rearranjos nas casas e nos comércios analisados. Evidentemente, tal como alude Koselleck (2006), expectativas econômicas foram modificadas pelos espaços de experiências pandêmicas e vice-versa. Chama a atenção como Otto e Pedro estabeleceram estratégias econômicas para lidar com as incertezas e temporalidades da pandemia. Otto, buscando empregos com renda fixa, mas tendo dificuldades. Pedro utilizando aplicativos para ser motorista e obter ganhos diários sem garantias formais – estratégia usada por Otto, também, em 2021. Ambos com carro próprio. Um deles, porém, com dívidas e com dificuldades de manter as despesas básicas da casa-moradia-comércio. Outro, por sua vez, conseguiu realizar reformas e mudanças na casa, que não é sua. Os dois, também, contando com os ganhos financeiros das esposas e de suas aposentadorias, as quais, objetivamente, foram articuladas como “dinheiro da casa” em tempos de crise, tendo em vista as construções culturais de gênero que incidem sobre a gestão do dinheiro (ZELIZER, 1989).

No tocante aos processos de mutação das casas analisadas, retomo a ênfase dada por Carsten quanto ao poder evocativo das memórias das casas se articula, também, com representações intersubjetivas de que as casas são lugares simbólicos de estabilidade, mas não apenas<sup>18</sup>. Casas carregam consigo um “significado político mais amplo”, permitindo a percepção de deslocamentos da história e nas vidas das pessoas (CARSTEN, 2004, p. 34). Tempo, memória e domínios sociais estão justapostos em processos vividos na esfera doméstica, que escapa de ser pensada como algo materialmente isolado, mas sim relacionalmente produzido: “A casa reúne representações espaciais, vivências cotidianas,

---

<sup>18</sup> Um olhar complementar para as relações entre memória e casas é lido em Mary Douglas (1991).

refeições, culinária e compartilhamento de recursos com as relações muitas vezes íntimas de quem habita esse espaço compartilhado” (CARSTEN, 2004, p. 35)<sup>19</sup>.

Mas, quando a casa é, também, uma espécie de mercado, o que acontece? Ou, ainda, quando a casa deixa de ser comércio por um tempo determinado e passa a ser apenas moradia, como se redesenham as dinâmicas do parentesco e as práticas econômicas? Como viver em tempos de pandemia, diante das incertezas da crise? À luz dessas indagações, também, busquei recuperar e reconstituir traços da memória de meus interlocutores sobre o período pandêmico. A declaração de ambos de que seus comércios são, em termos metafóricos, “galinhas que dão ovos de ouro” se associa às temporalidades que traduzem experiências pretéritas à pandemia e, também, expectativas: sobretudo, de superação das crises e de retorno do Grêmio à primeira divisão do futebol brasileiro.

### **Referências:**

ALVES, Cristina Cordeiro. “Posso morrer pelo meu time”: a construção social da rivalidade clubística entre Grêmio e Internacional e a sua relação com as violências no futebol. Dissertação de mestrado. Programa de Pós-Graduação em Sociologia - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2014.

BAILEY, Frederic. G. 1971. “Gifts and Poison”. *In*: F.G. Bailey. (Ed.). *Gift and Poison: the Politics of Reputation*. New York: Schocken Books, p.1-25, 1971.

CARSTEN, Janet. “Houses of memory and kinship”. *After Kinship*. Cambridge, Cambridge University Press. p. 31-56, 2004.

CARSTEN, Janet; HUGH-JONES, Stephen. “Introduction”. *In*: Janet Carsten e Stephen Hugh-Jones (Eds.). *About the house. Levi-Strauss and beyond*. Cambridge, Cambridge University Press. p. 1-46, 1995.

CELI, João Rodrigo Warlett. O impacto dos jogos da dupla GreNal na venda avulsa do jornal Zero Hora. Trabalho de Conclusão de Curso de Graduação (Bacharel em Administração), Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2011.

CRUZ, Antonio Holzmeister Oswaldo. A virada econômica no futebol: observações a partir do Brasil, Argentina e uma Copa do Mundo. Tese de Doutorado em Antropologia Social/Museu Nacional, Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2010.

DAS, Veena. “Critical Events: an anthropological perspective on contemporary India”. Nova York, Oxford University Press, 1995.

DAMO, Arlei. Para o que der e vier: o pertencimento clubístico no futebol brasileiro a partir do Grêmio Foot-Ball Porto Alegrense e seus torcedores. Dissertação de mestrado. Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 1998.

\_\_\_\_\_. Futebol e identidade social: uma leitura antropológica das rivalidades entre torcedores e clubes. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2002.

---

<sup>19</sup> Tradução própria, sem revisões técnicas especializadas.

\_\_\_\_\_. Do dom à profissão: uma etnografia do futebol de espetáculo a partir da formação de jogadores no Brasil e na França. 2005. 435 f. Tese de Doutorado em Antropologia Social - Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2005.

DOUGLAS, Mary. "The idea of a home: a kind of space". *Social Research*, p. 287-307, 1991.

ELIAS, Norbert. "Sobre o tempo". Michael Schröter (ed.). Tradução de Vera Ribeiro e revisão de Andréa Daher. Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 1998.

ELIAS, Norbert; DUNNING, Eric. A busca da excitação: desporto e lazer no processo civilizacional. Tradução de Maria Manuela Almeida e Silva. Lisboa: Difel, 1992.

KOSELLECK, Reinhart. "'Espaço de experiência' e 'horizonte de expectativa': duas categorias históricas". *Futuro passado*. Rio de Janeiro: Contraponto, p. 305-327, 2006.

KOSELLECK, Reinhart; RITCHER, Michaela W. "Crisis". *Journal of the History of Ideas*, 67(2), p. 357-400, 2006.

L'ESTOILE, Benoît de; NEIBURG, Federico. "Governing the house: an ethnographic approach (introduction)", *Revista Etnográfica*, vol. 24 (3), p. 655-664, 2020.

MARCELIN, Louis Herns. "A invenção da família afro-americana: família, parentesco e domesticidade entre os negros do Recôncavo da Bahia", Brasil. Tese de Doutorado em Antropologia Social/Museu Nacional, Universidade Federal do Rio de Janeiro, 1996.

MARTINS, Daiane Grillo. "Manifestações torcedoras e território: inter-relações das mediações de um estádio de futebol". Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em Educação Física, Universidade Federal de Pelotas, 101 p., 2019.

MOTTA, Eugênia. "Houses and economy in the favela". *Vibrant – Virtual Brazilian Anthropology*, 11 (1), p. 118-158, 2014.

PALMEIRA, Moacir; HEREDIA, Beatriz Maria Alasia de. *Política Ambígua*. Rio de Janeiro: Ed. Relume-Dumará. Núcleo de Antropologia da Política (NuAP), 2010.

OLIVEIRA, Eduardo Minossi de. Do campo à arena: a transformação do papel dos estádios de futebol na dinâmica urbana em Porto Alegre, dos anos 50 aos dias de hoje. Porto Alegre. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Geografia), Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2010.

SCHERER, Mathias Inácio. *Construção e reforma: Viva a copa e adeus ao torcedor! Modernização dos estádios em Porto Alegre em tempos de políticas neoliberais, 1989-2011*. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em História, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2017.

SILVA, Fábio Daniel da. *Os torcedores e o Novo Maracanã: emoção e espaço nas arenas esportivas contemporâneas*. Tese de Doutorado em Ciências Sociais - Instituto de Ciências Sociais, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2018.

TOLEDO, Luiz Henrique de. "Quase lá: a Copa do Mundo no Itaquero e os impactos de um megaevento na socialidade torcedora". *Horizontes Antropológicos*, Porto Alegre, 19, n. 40, p. 119-148, 2013.

ZELIZER, Viviana. "The social meaning of money: 'special monies'". *American Journal of Sociology*, 95 (2), p. 342-377, 1989.