

A DÉCADA DE 1980 E O DESENVOLVIMENTO DO SKATE VERTICAL

Leonardo Brandão¹

Resumo: A história do skate vem ganhando relevância nos últimos anos, sobretudo com publicações nas áreas de Educação Física, Ciências Sociais e História. A quase totalidade dos estudos, entretanto, aborda mais o *street skate*. Sobre a modalidade em pistas verticais, ainda é praticamente inexistente a bibliografia especializada. Este artigo visa ocupar este espaço, enfatizando seu desenvolvimento durante a década de 1980 no Brasil. O artigo foi escrito com base em revistas especializadas, dialogando também com publicações da grande imprensa. Concluiu-se que a segunda metade da década de 1980 foi um período chave para a esportivização dessa modalidade, mas isso não garantiu ao skate uma identidade apenas esportiva.

Palavras-chave: Skate vertical; Década de 1980; História.

The decade of 1980 and the development of the vertical skateboard

Abstract: The history of skateboarding has gained relevance in recent years, especially with publications in the areas of Physical Education, Social Sciences and History. Almost all studies, however, address street skate more. On the modality in vertical tracks, there is still no specialized bibliography. This article aims to occupy this space, emphasizing its development during the 1980s in Brazil. The article was written based on specialized magazines, also talking with publications of the mainstream press. It was concluded that the second half of the 1980s was a key period for sporting this modality, but did not guarantee skating a sporty identity.

Keywords: Vertical skateboard; 1980s; History.

La década de 1980 y el desarrollo del skate vertical

Resumen: La historia del skate ha ganado importancia en los últimos años, sobre todo con publicaciones en las áreas de Educación Física, Ciencias Sociales e Historia. Casi todos los estudios, sin embargo, la dirección de la calle patin más. En la modalidad en pistas verticales, todavía no hay una bibliografía especializada. En este artículo se pretende ocupar este espacio, Haciendo hincapié en su desarrollo durante la década de 1980 en Brasil. El artículo fue escrito basado en revistas especializadas, también hablar con publicaciones de la prensa convencional. Que se concluyó la segunda mitad de la década de 1980 fue un período clave para esta modalidad deportiva, pero eso no garantiza la identidad deportiva del skate.

Palabras clave: Skate Vertical; 1980; Historia.

¹ Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional (PPGDR) e Departamento de História da Universidade Regional de Blumenau/FURB, Santa Catarina, Brasil. E-mail: brandaoleonardo@uol.com.br.

Não temos dúvida de que atualmente o skate é uma das atividades corporais/lúdicas/esportivas mais praticadas por jovens no Brasil. Segundo o último levantamento realizado pelo Instituto *Datafolha* no ano de 2015, há mais de 8,5 milhões de skatistas no país (dado que inclui o aumento significativo de mulheres que passaram a praticá-lo).² Além disso, foi amplamente noticiada pela mídia sua inclusão nas Olimpíadas de Tóquio em 2020.³ Todo esse movimento que levou o skate de um simples “surfinho” – como era conhecido no final da década de 1960 – para um esporte olímpico tem história. E essa história está ligada a sua profissionalização e a construção de pistas de skate vertical, com grandes rampas no formato de “U”, chamadas de *half-pipe* (meio-tubo) ou também grandes rampas no formato de bacias (*banks* ou *bowl*).

Esta modalidade do skate em grandes rampas é chamada de skate vertical, enquanto sua prática nas ruas é chamada de *street skate*. Este artigo, portanto, concentra-se em discutir o skate vertical, e em especial detectar e analisar alguns dos momentos que foram significativos para sua ascensão no Brasil. Em nosso estudo, apontamos a década de 1980 como decisiva para sua profissionalização, pois esse foi o momento em que os primeiros grandes campeonatos passaram a ser realizados e as primeiras organizações esportivas desta modalidade surgiram e começaram a dar um norte mais efetivo para a atividade, criando regras, equipes de juízes, formas de julgamento etc.

De origem norte-americana, o skate começou a ser praticado no Brasil no final da década de 1960, e isso como um simples divertimento de garotos que desciam ladeiras asfaltadas. Uma década depois, em fins dos anos 70, o aparecimento das primeiras pistas de skate acabou por resultar na promoção de uma série de campeonatos e numa primeira tentativa de esportivização⁴ dessa atividade como algo ligado à juventude e à busca por fortes emoções corporais (BRANDÃO, 2012). Essa tendência, após um pequeno intervalo⁵ em que notamos uma diminuição no mercado ligado ao skate no país (sinalizado pela diminuição dos campeonatos, fechamento de algumas marcas e pistas – como a *Wave Park* –, e pela ausência de revistas especializadas em skate⁶) retomou vigor a partir da segunda metade da década de 1980 – período que será analisado neste artigo.

Assim, um dos fatores que *conduziu* o processo de esportivização do skate durante a década de 1980 no país esteve ligado a uma pista de

² <http://triboskate.ativo.com/datafolha-atualiza-para-85-milhoes-o-numero-de-skatistas-no-brasil/>, acesso em 07/02/2017.

³ <http://globoesporte.globo.com/olimpiadas/noticia/2016/08/inclusao-nos-jogos-olimpicos-anima-skatistas-do-brasil-temos-que-evoluir.html>, acesso em 07/02/2017.

⁴ Consideramos por esportivização o processo de transformação de atividades corporais em esportivas, marcadas por regras de competição e o aparecimento da categoria profissional.

⁵ No início dos anos de 1980, em função da situação da economia brasileira e também do aumento no número de praticantes de *bike* e patim, muito dos patrocínios e investimentos destinados ao skate diminuíram e/ou passaram a ser divididos com essas duas outras atividades (BRANDÃO, HONORATO, 2011).

⁶ Entre os anos de 1979 e 1984 não houve publicações especializadas em skate no país, embora a prática tenha sido noticiada, de forma aleatória, em mídias como a revista *Visual Esportivo*.

skate construída num clube (*Itaguara Country Club*) na cidade de Guaratinguetá/SP, que durante esta década teve uma função muito importante na promoção de campeonatos e no incentivo ao profissionalismo na categoria. Segundo Antonio Machado Junior, o responsável pelo desenho dessa pista, o *Itaguara Country Club* era (e ainda é) um clube tradicional de Guaratinguetá, tendo sido fundado no ano de 1963. Tratava-se de um clube grande, com uma bem cuidada área verde e que, além da pista de skate, também abrigava quadras de basquete, vôlei, campo de futebol, quadra de tênis e piscina.

De acordo com Machado Junior, as pistas de skate vertical (um *bowl* e um *banks*) passaram a atrair os skatistas em função do cuidado em sua construção, pois elas “são totalmente simétricas e isso ajuda em muito a realização de campeonatos, pois ninguém é prejudicado, tanto quem é *regular foot* (pé esquerdo na frente do skate) quanto quem é *goofy foot* (pé direito na frente do skate)”.⁷

Segundo depoimento de Carlos Eduardo Tassara, mais conhecido como “Yndyo” e um dos principais articuladores do skate nesta região, a construção dessas pistas revitalizou o skate, pois no início da década de 1980 ele sofria com a falta de praticantes, espaços na mídia e empresas interessadas em seu investimento. De acordo com suas palavras,

Em 1981 o skate estava em baixa, com muito poucos skatistas e, aqui em Guaratinguetá, nossas rampas de madeira já estavam “detonadas”. Mas então tivemos a idéia de nos reunir e, junto com o estudante de engenharia Jr Machado, fizemos um projeto baseado em um *Bowl* americano (pista de skate no formato de uma “bacia”). Também fizemos um orçamento do custo da obra e apresentamos ao conselho deliberativo do Itaguara Clube, que depois de muita discussão resolveu aprovar o projeto. Depois de 3 meses, a pista ficou pronta. De fato, tratava-se de um grande *bowl* de 3 metros de altura, 11 de diâmetro, com 10 cm de vertical com *coping* de azulejo azul, transição lenta e *canion*... A pista ficava rodeada de um grande jardim com árvores frutíferas e boa estrutura. A festa de Inauguração foi em agosto de 1981, e essa pista virou um ponto de encontro de skatistas que vinham de várias cidades do Vale do Paraíba. Não demorou para realizarmos um Campeonato Brasileiro de Skate, e foi daí em diante que ajudamos a alavancar o esporte, e nos anos consecutivos fizemos mais 4 grandes campeonatos brasileiros, o último com quantidade imensa de inscrições e milhares de pessoas assistindo e com grande cobertura da nova imprensa especializada.⁸

De fato, a importância dessa estrutura comentada por Eduardo Tassara pode ser conferida numa matéria publicada pela revista *Visual Esportivo*, que foi lançada no início da década de 1980 e cobria, além do

⁷ Revista *Yeah!*, n. 8, 1988, p. 24.

⁸ Depoimento contido no site: www.skatecuriosidade.com, acesso em 20/10/2011.

skate, várias atividades que se inseriam no que Christian Pociello (1995) denominou como “esportes californianos”. A revista, embora trouxesse poucos textos, exibiu essa pista em diversas imagens, demonstrando muitas manobras e ajudando a fomentar, junto aos seus leitores, o interesse pela prática neste lugar. Nesta edição, a chamada para a matéria deixava claro que “o skate após atravessar uma fase de total marasmo no ano de 1980, em 81 começa com força total com a inauguração da pista do Itaguará (Guaratinguetá, interior de São Paulo), que tem tudo para virar o *point* skatista do Rio de Janeiro e São Paulo”.⁹

Em função dessa pista, portanto, entre os dias 15 e 16 de maio de 1982 ocorreu o Primeiro Campeonato Brasileiro de Skate, que contou com 60 inscritos e teve patrocínio da marca de bicicletas *Caloi*. Pois, como ressalta Tassara, “vale lembrar que este foi o primeiro de uma série de mais quatro campeonatos realizados no Itaguará, em uma fase de total estagnação do skate brasileiro, onde não se havia absolutamente nada de apoio e incentivo ao esporte”.¹⁰

Parece não haver dúvidas que essa pista incentivou o “renascimento” do skate como um “esporte” no país. Pois somente pelos números de inscritos, podemos observar o gradual aumento no número de competidores. Em 1982, foram 60 inscritos, em 1983, no II Campeonato Brasileiro, 100 inscritos; no ano seguinte, 1984, mais de 200 inscritos e com muitos patrocínios, entre eles marcas específicas de skate, como a “*Urgh!*”. Em 1985, o IV Campeonato chegou a ter mais de 300 inscritos, de mais de seis diferentes Estados, contando com a cobertura da revista *Overall*, a mais nova mídia específica sobre skate que surgira no período.¹¹ Nela, a realização deste campeonato, por exemplo, fora algo exaltado por sua capacidade em demonstrar o “alto nível do esporte”. Entre as inúmeras fotos dos competidores que ilustravam a matéria, a revista registrava que,

Novembro. Mês que prepara a radical entrada de verão e decisivamente, marca o clima mais aguardado pelo skate do Brasil: o campeonato brasileiro do Itaguará Country Club/Guaratinguetá – SP; que aconteceu em sua quarta versão. Com o sol abrindo suas portas, o *bowl* recém-reformado, cujo vertical recebeu agressivas melhoras, o apoio de emissoras de rádio da região, assessoria em termos de acomodação e alimentação para a imprensa e um público muito quente, a organização do 4º Campeonato Brasileiro pode inaugurar a temporada, comprovando mais uma vez a importante dimensão deste evento. Pode-se dizer, com certeza, que é campeonato mais bem organizado do Brasil, reunindo skatistas de todo o país, que competiram expressando técnica e radicalidade, demonstrando o alto nível do esporte (Revista *Overall*, n. 1, 1986, p. 7).

⁹ Revista *Visual Esportivo*, n. 2, 1981, p. 14.

¹⁰ Em entrevista realizada no dia 20/10/2011 (Arquivo do autor).

¹¹ Na segunda metade da década de 1970 surgiram as primeiras revistas de skate, a *Esquete* e a *Brasil Skate*, mas ambas não conseguiram se firmar no mercado editorial.

De fato, o surgimento da revista *Overall* deve muito ao sucesso dos eventos organizados em Guaratinguetá.¹² Foram eles que incentivaram uma parte da equipe que fazia a *Visual Esportivo*,¹³ como Nilton Barbosa, Cesinha Chaves, Flávio Badenes e Paulo Aniz Lima, a acreditar na viabilidade mercadológica de uma revista específica sobre skate no país. E mesmo sentindo que a empreitada seria um “desafio”,¹⁴ eles colocaram em circulação uma edição experimental do que denominaram revista *Overall*, enumerando-a, como estratégia mercadológica, de edição “zero” e justificando sua existência em função “do ideal maior: O ESPORTE”¹⁵. Assim, caso a resposta dos leitores fosse positiva e a revista encontrasse seu *nicho*, todos os esforços seriam realizados para o lançamento oficial da edição de número um.

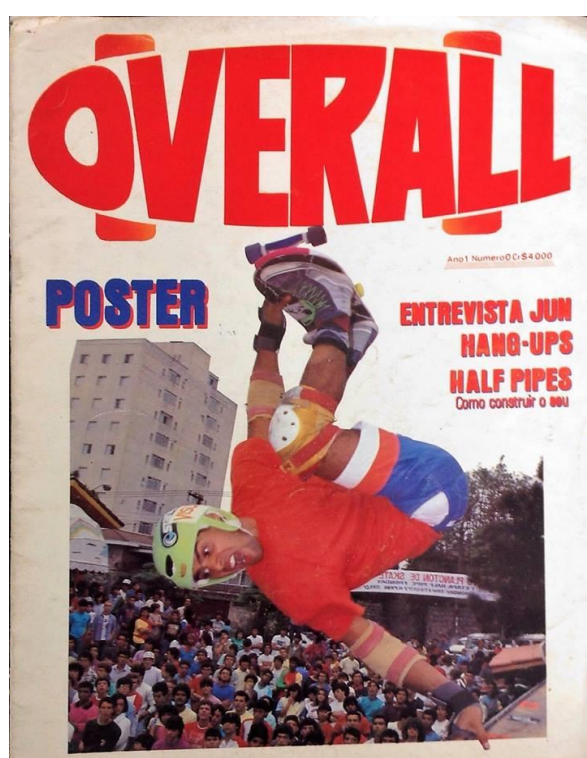


Figura 1: Capa da edição de número zero da revista *Overall* (1985)

¹² Além do sucesso dos eventos ocorridos em Guaratinguetá/SP, outros campeonatos de skate, como o “Primeiro Torneio Verão de Skate”, realizado entre os dias 05 e 06 de janeiro de 1985, na Pista de Skate de Campo Grande, Rio de Janeiro, também ajudavam a demonstrar a retomada da prática no período. Este campeonato foi retratado nas páginas da revista *Visual Esportivo* como um acontecimento que envolveu inúmeros skatistas, os quais participaram em três modalidades distintas. Fonte: Revista *Visual Esportivo*, n. 16, 1985, p. 25.

¹³ A revista *Visual Esportivo* era coordenada por Paulo Aniz Lima e tinha como editor Nilton Ribeiro Barbosa. Nas matérias sobre skate, havia a colaboração editorial de Cesar Diniz Chaves e Flávio Badenes. Fonte: Revista *Visual Esportivo*, n. 14, 1984.

¹⁴ Revista *Overall*, n. zero, 1985, p. 4.

¹⁵ Revista *Overall*, n. zero, 1985, p. 4.

Ao final, o jogo com o mercado deu certo, pois a edição experimental de número zero foi muito bem aceita. Alguns meses depois, a edição de número um celebrava o sucesso das vendas num editorial esfuziante escrito por seu editor na época, Paulo Lima.

Overall n. 1 nas suas mãos! Real, colorida e alucinante. É assim que a nossa equipe atua: poucas promessas e muito trabalho. E aí está, depois da força dada por todos nossos amigos, colaboradores e anunciantes, nossa número zero foi às bancas no Rio e em São Paulo, cumprindo a função de termômetro, sentindo a temperatura do skate nesses dois grandes centros. E não deu outra: FEBRE, TEMPERATURA OVER CONTROL, SUCESSO absoluto de vendas nas bancas, sucesso entre a galera da interna e sucesso entre os empresários que souberam compreender que aquela revistinha fininha era apenas um começo. É, já deu pra sentir. Dobramos o número de páginas, estamos agora imprimindo no melhor papel existente no mercado, dobramos também o número de páginas coloridas e passamos a imprimir no maior parque gráfico da América Latina: a Editora Abril S/A.¹⁶

Sem dúvida, como já apontado pela antropóloga Maria Celeste Mira, “a partir de meados dos anos 80, o processo de segmentação da mídia se acelera de maneira geral” (2001, p. 147). No entanto, publicar uma revista de *nicho*, setORIZADA e específica como foi a *Overall*, através de uma editora do porte da Abril (“o maior parque gráfico da América Latina”) nos diz muito sobre as possibilidades mercadológicas que a edição de número zero dessa publicação ajudou a vislumbrar. Tanto isso parece ser verdadeiro, que em 1986, no mesmo ano do lançamento oficial da revista *Overall*, chegou às bancas brasileiras uma concorrente interessada no mesmo segmento consumidor. Tratava-se agora da revista *Yeah!*, também direcionada aos skatistas, mas publicada por uma editora de menor expressão, a *Editora Visão Ltda.*

De acordo com a jornalista Débora Chaves, em uma reportagem intitulada “Os nanicos da nova geração”, publicada em dezembro de 1987 na revista *Imprensa*, essas novas publicações setORIZADAS, como era o caso da *Yeah!* e da *Overall* – as duas mídias “nanicas” por ela investigadas – acabaram por se consolidar no mercado porque resolveram apostar na fidelidade de um novo tipo de leitor, os praticantes de “esportes radicais” (no caso, os skatistas). No entanto, como enfatizado por essa reportagem, tratava-se de mídias muito diferenciadas, pois seus editores “nunca freqüentaram as grandes redações, não davam nenhuma importância a *leads* ou *sub-leads* e desprezavam as mais elementares convenções gráficas e editoriais”.¹⁷ Paulo Lima, editor da *Overall*, embora fosse um advogado formado pela tradicional Faculdade de Direito do Largo de São Francisco, em São Paulo, “entrou para o mundo dos ‘revisteiros’ por pura

¹⁶ Revista *Overall*, n. 1, 1986, p. 4.

¹⁷ Revista *Imprensa*, dezembro de 1987, p. 22.

‘tietagem’,¹⁸ pois como surfista e skatista, ele se reconhecia como um grande leitor das publicações destinadas a essas práticas que existiram no final da década de 1970 no país.¹⁹ Assim, tanto ele quanto Paulo Anshowinhas, editor da revista *Yeah!*, não vieram da grande imprensa e nem tinham formação universitária em jornalismo. Apenas “começaram, ainda adolescentes, a trabalhar com o que gostavam [...] e daí, para criarem suas próprias publicações especializadas, foi apenas uma questão de tempo”.²⁰

Para Débora Chaves, essa falta de formalismo acadêmico teve vários pontos positivos, principalmente porque esses jovens editores, amantes das práticas que exibiam, acabaram permitindo que suas equipes (também formada por skatistas) passassem a experimentar novas linguagens, além das textuais, também na área da fotografia. Tal fato, segundo ela, acabou possibilitando o desenvolvimento de mídias alternativas, nichos de experimentalismo estético e narrativo que não encontravam espaço na grande imprensa. Em suas palavras,

Autoditadas em jornalismo, esses editores esportistas inovaram não apenas no texto e no visual de suas revistas, mas também no sistema de produção, onde a marca registrada é a improvisação. Na *Overall*, por exemplo, os membros do ‘conselho editorial’ entregam suas matérias escritas a mão, em bloquinhos de recados ou folhas de computador. Não raro, os próprios editores aparecem nas matérias, como é o caso de Paulo Anshowinhas, na *Yeah!*. “Além de editor, sou skatista e grande articulador dos movimentos skatistas”, defende-se Anshowinhas. Imparcialidade, de fato, não é o forte dessas revistas. “Não são publicações propriamente jornalísticas”, reconhece Otávio Rodrigues, 28 anos, diretor de redação da *Overall* e único jornalista formado a trabalhar na editora. “O que há é uma saudável mistura de emoção com informação”.²¹

Em sua tese de doutorado sobre a segmentação dos periódicos no país, Maria Celeste Mira observou que a segunda metade da década de 1980 foi marcada pela presença muito mais significativa de mídias direcionadas aos skatistas do que na década anterior. Segundo ela, as revistas *Overall* e *Yeah!* passaram a vender, ambas, “100 mil exemplares bimestrais” (2001, p. 167); sendo o período também marcado pelo aparecimento de programas sobre skate na televisão, nas rádios (como na 89.1 Mhz²²) e no mercado dos quadrinhos, com o lançamento, também

¹⁸ Idem, p. 22.

¹⁹ Como já informado em nota anterior, na segunda metade da década de 1970 houve a publicação de duas revistas de skate no Brasil, a revista *ESQUEITE*, que teve apenas duas edições, e a revista *BRASIL SKATE*, com três edições.

²⁰ Revista *Imprensa*, dezembro de 1987, p. 21.

²¹ Idem, p. 22.

²² Tratava-se do programa “89 *Overall Skate show*”, realizado pelas revistas *Trip* e *Overall*, e apresentando, no horário das 20 horas, “uma hora de música e informações dedicadas exclusivamente ao skate”. Fonte: *Folha de São Paulo* (Ilustrada), 27 de junho de 1988, p. A - 36.

pela editora Abril e em junho do ano de 1988, da HQ *Skatemanía*, escrita por Spacca (que trabalhava no Jornal “Folha de São Paulo”) e Maurício Villaça.²³

Certamente, os avanços da tecnologia foram favoráveis a difusão de uma maior quantidade de mídias (ABREU, 2002), sendo a informática e as novas possibilidades de impressão dados que devem ser levados em consideração junto ao aumento dos fabricantes e comerciantes do ramo. Pois, se “uma só publicação não faz verão” (BOLOTA, 2000, p. 35), o aparecimento da *Yeah!* disputando mercado com a *Overall* era um sinal de que o skate estava contando com um número mais expressivo de empresas, fábricas e lojistas que podiam anunciar nessas mídias, sustentando-as como canais de divulgação de seus produtos, roupas, peças e demais acessórios relativos à prática do skate.

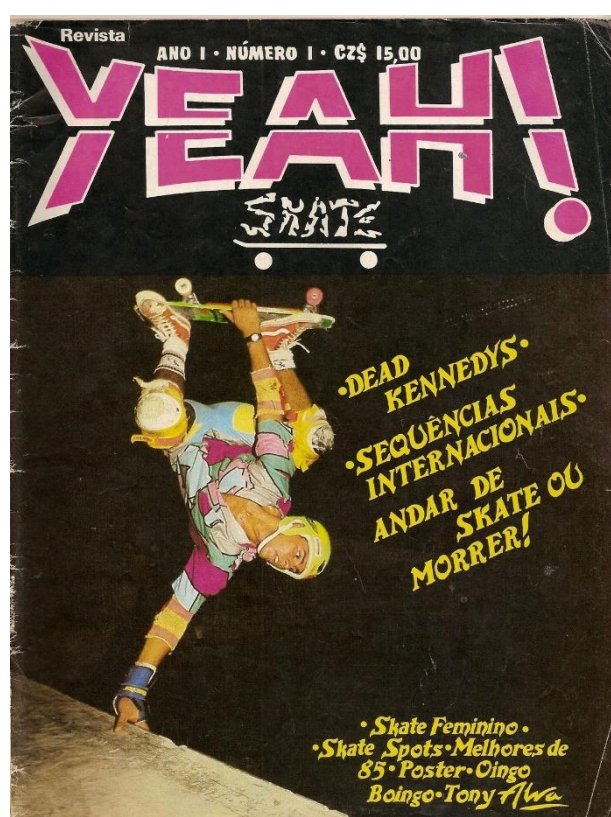


Figura 2: Capa da Revista *Yeah!* Número 1 de 1986.

Surgida no ano de 1986, portanto, a revista *Yeah!* teve no skatista Paulo Anshowinhas de Oliveira Brito os méritos de sua “idealização e concepção”.²⁴ Paulo Anshowinhas – ou somente “Anshowinhas”, como ficou mais conhecido – antes de ter criado a *Yeah!* participou do corpo editorial de *Fluir*, uma outra revista publicada em nível nacional a partir do ano de 1983 e que tinha como subtítulo “*Terra, Mar e Ar*”. No início, a revista *Fluir*, que atualmente dedica-se somente ao surfe, cobriu em suas

²³ *Folha de São Paulo* (Folhinha), 19 de junho de 1988, p. B – 7. (Lembramos que a revista “Skate Mania” teve propaganda veiculada na revista *Veja*, edição de 22 de junho de 1988, p. 110).

²⁴ Revista *Tribo Skate*, nº 187, 2011, p. 26.

primeiras edições diversas práticas corporais juvenis, como o skate, a *bicicross* e o vôo livre (FORTES, 2009), sendo Anshowinhas o responsável por assinar as matérias sobre skate.

Com a experiência que ganhou em seu trabalho na *Fluir*, Anshowinhas fundou sua própria mídia impressa, intitulado-a como *Yeah!*²⁵ – referência ao grito que os skatistas fazem quando uma manobra é executada com perfeição, semelhante ao gol no futebol – e tendo como conselho editorial uma equipe formada, quase toda, por skatistas, como Hélio Greco, Paulo Citrangulo e outros.

Como afirmamos, o surgimento dessas novas *mídias de nicho* centradas no skate era uma expressão do fortalecimento do mercado destinado a essa prática, que após um pequeno interregno, esse voltava a crescer no período. Pois se durante o final da década de 1970 o skate passou a contar com as revistas *Esquete* e *Brasil Skate* (além de ser constantemente noticiado pela revista *Pop*), seu esfriamento comercial ocasionou um período sem publicações direcionadas de forma específica para essa atividade durante a primeira metade da década de 1980. No entanto, a partir da metade dessa década em diante, o cenário já era outro; pois, como registrou a escritora Cecília Moisés Gonçalves, “de 1985 pra frente, o skate lotava os estádios e as equipes profissionais eram fortíssimas, tanto estrangeiras quanto nacionais” (GONÇALVES, 2000, p. 94). Certamente, tal fato não foi coincidência para o surgimento da Revista *Overall* no ano de 1985 e da *Yeah!* em 1986.

Outro ponto que comprova a retomada do crescimento do skate no período pode ser notado através de sua maior veiculação em programas na televisão.²⁶ O principal deles foi o programa *Vitória*, que começou a ser exibido no final de 1986, pela TV Cultura de São Paulo²⁷ no horário das 20 horas. Destinado especialmente aos jovens,²⁸ o programa teve como apresentadora uma mineira de 26 anos, chamada Graziela Azevedo, que através de seu “toque jovial”²⁹ colaborava para a grande audiência do programa; pois, segundo pesquisas do Ibope, o *Vitória* era visto por um a cada dez pessoas que assistiam TV na cidade de São Paulo no domingo à noite. Tal quantidade de espectadores chegou a dar “ao

²⁵ Num glossário sobre skate elaborado pela revista *Veja* no ano de 1987, a palavra “Yeah!” é descrita como: “Interjeição de júbilo ou assombro, por exemplo, com uma manobra radical”. Revista *Veja*, 02 de dezembro de 1987, p. 95.

²⁶ Em nota publicada pela revista *Skatin'*, era anunciado que entre as opções para se assistir ao skate na televisão figurava o programa *Vibração*, que ia ao ar às 18 horas pela TV Record. Fonte: Revista *Skatin'*, n. 5, 1989, p. 53.

²⁷ Além de São Paulo, como informa a matéria da revista *Veja*, “nas últimas semanas a TV Cultura passou a transmitir o *Vitória* pelo Sinred – Sistema Nacional de Radiodifusão Educativa – para a TV Nacional de Brasília, que o coloca no ar simultaneamente com a emissora paulista, e para a TV Educativa de Mato Grosso do Sul, que o exibe às 22 horas do domingo, e para a TV Educativa de Porto Alegre, que utiliza suas imagens em sua programação de esportes durante a semana”. Revista *Veja*, 11 de maio de 1988, p. 120.

²⁸ De acordo com Eliana Arndt, editora-chefe do *Vitória*, “nosso objetivo é ficar de antena ligada com coisas do nosso tempo, estamos sempre atentos aos interesses e atitudes dos jovens”. Idem, p. 120.

²⁹ Revista *Veja*, 11 de maio de 1988, p. 120.

programa até 7 pontos de audiência, um índice significativo para quem concorria com o *Fantástico*, da Rede Globo”.³⁰

A diferença do “Vitória” para com os outros programas televisivos era que ele dava evidência às práticas corporais que, na época, estavam sendo intituladas como “radicais”, a exemplo do skate, da *Bicicross* e do surfe. Segundo a *Veja*, essa era uma fórmula que vinha “conquistando cada vez mais telespectadores entre os jovens, especialmente skatistas e surfistas”.³¹

Na Internet, através do *youtube* (www.youtube.com), é possível assistir a alguns episódios do “Vitória”. Um dado importante que devemos mencionar é que esse programa exibia o skate em sua vinheta de abertura, mas o exibia sendo praticado em pistas e não nas ruas (*street skate*). Tal escolha, possivelmente, demonstrava que apesar da aposta na “radicalidade”, o programa sabia distinguir o “tipo” de skate que melhor teria audiência. Em um dos programas, por exemplo, que exibia uma matéria filmada na Califórnia com alguns dos melhores skatistas norte-americanos praticando numa pista de skate conhecida como “Pipeline”, a maioria das imagens insistia nos “saltos” e “manobras” realizadas nas rampas. Ao anunciar essa matéria, a jovem Graziela Azevedo chamava os skatistas de “super radicais”, hiperbolizando a associação entre o skate praticado nas pistas e a *radicalidade* que as rampas proporcionavam. Nas palavras da apresentadora: “Agora você vai ter um encontro com as feras do skate norte-americano. Direto da Califórnia, os super radicais fazem uma *session* incrível. Se liga nessa!”³²

Assim, tais fatos nos ajudam a confirmar a hipótese de que a existência dessas mídias mais setorizadas (tanto televisivas quanto impressas) esteve articulada a determinados períodos de efervescência, sinalizado no caso do skate pela ocorrência de competições, fábricas e o conseqüente aumento no número dos atores envolvidos. Como já apontado pelo historiador Georges Vigarello, essas atividades, embora indiquem o aparecimento de novos desejos e formas de movimentação corporal, não escapam de serem analisadas no âmbito de suas relações com o mercado (1987, p. 239). Nesse sentido, portanto, observamos que a prática do skate não foi a mesma nos dois períodos aqui sinalizados (a primeira e a segunda metade da década de 1980), pois ela foi marcada, nesses diferentes momentos, tanto em sua objetividade quanto em suas representações, pelas apropriações de que foi objeto e pelas especificidades impostas em tais contextos pelas disposições dos agentes sociais que dela fizeram parte.

Deste modo, podemos concluir que essas duas novas revistas (*Overall* e *Yeah!*) surgiram como possibilidades de ascensão dentro de um mercado muito específico, mas que a partir da segunda metade da década de 1980 passou a ter capacidade de patrociná-las com anúncios e campanhas publicitárias. Além disso, ao encontrarem seu público leitor

³⁰ Ibidem, p. 120.

³¹ Como exemplo, a revista trazia o depoimento de Adalberto Antônio de Lima, paulista de 23 anos, que dizia assistir ao programa porque ele “fala de coisas que a gente curte, pois rola muito skate e muito som”. Revista *Veja*, 11 de maio de 1988, p. 120.

³² http://www.youtube.com/watch?v=3JU2_Vg1DEg, acesso em 07/08/2011.

– quase sempre formado por jovens impulsionados pelo “mito da novidade” (SARLO, 1997, p. 41), presente em cada nova capa, reportagem ou “manobra” capturada pelas lentes dos fotógrafos –, essas mídias conseguiram ter uma vida editorial mais longa, com um maior número de exemplares publicados e assim uma presença mais constante nas bancas nacionais.³³

Fomentando a organização esportiva: a união entre skatistas e empresários

Se no início da década de 1980, portanto, os poucos campeonatos que aconteciam vinham sendo realizados por pequenos grupos, com pouca estrutura e divulgação, a partir da segunda metade dessa década, a força de um *poder esportivo*³⁴ articulado ao skate tornar-se-ia mais promissor, o que resultaria no aparecimento dessas mídias e, junto a elas, na criação da primeira Associação Brasileira de Skate, a “A.B.S.”. No artigo primeiro do estatuto dessa Associação, elaborado no dia 10 de setembro de 1986, verificamos que ela se designava nos seguintes termos:

A Associação Brasileira de Skate é uma sociedade civil, composta de número ilimitado de sócios, sem distinção de nacionalidade, de culto e de sexo, tendo por finalidade proporcionar a difusão do civismo e da cultura física, principalmente do SKATE, podendo ainda realizar reuniões e divertimentos de caráter esportivo, social e cultural (Revista *Yeah!*, n. 4, 1986, p. 26).

Segundo um dos seus membros, o trabalho da Associação era em prol do reconhecimento do skate como um “esporte”. Em carta aberta e publicada pela revista *Yeah!*, a Associação convocava todos os organizadores de eventos e skatistas para trazerem as datas dos campeonatos a fim de criarem, em conjunto, um calendário de competições.³⁵

Além dessa Associação, outro passo importante no caminho da esportivização do skate foi a criação da União dos Skatistas e Empresários, a “U.S.E.”, no ano de 1987. Diferentemente da Associação Brasileira de Skate, a “U.S.E.” designava-se como uma organização da iniciativa privada, que visava organizar e direcionar os esforços das empresas que a ela se associavam em prol do desenvolvimento “esportivo”

³³ Ao todo, foram publicada 11 edições da Revista *Yeah!*, que circulou nas bancas de 1986 a 1988. Já a revista *Overall* durou de 1985 até o início de 1990, tendo 19 edições publicadas.

³⁴ A noção de poder esportivo indica “uma espécie de artifício discursivo que, existente nas sociedades contemporâneas, é exercido de modo tanto interno quanto externo, isto é, tanto por sujeitos que buscam ver sua prática ‘elevada’ ao *status* de esporte quanto pelo Estado, para o qual é melhor esportivizar as manifestações corporais não institucionalizadas”. Para uma discussão mais ampla sobre essa noção, ver: BRANDÃO, Leonardo. *Para além do esporte: uma história do skate no Brasil*. Blumenau: Edifurb, 2014.

³⁵ Revista *Yeah!*, n. 4, 1986, 26.

do skate. De acordo com suas declarações na imprensa, seu intuito era gerir o andamento dos eventos e promover a sistematização dos regulamentos em torno de um calendário anual de competições.³⁶ A “U.S.E.”, portanto, e de acordo com informações divulgadas por esta entidade, fora “fundada com a finalidade de dar todas as condições necessárias para o esporte”.³⁷ Suas principais metas eram:

- * Formação do Calendário Oficial a nível nacional, com uma etapa a cada dois meses, formando um Circuito com todas as modalidades e categorias.
- * Sempre um campeonato com qualidade, com piso de premiação para profissionais e também um júri que realmente entende de Skate.
- * Os atletas que já tenham se inscrito em qualquer etapa do Circuito, já são considerados skatistas associados, sem mensalidades.
- * Todas as empresas associadas são obrigadas a patrocinar um atleta, no mínimo.
- * Só serão aceitas empresas diretamente ligadas ao Skate, que tenham como finalidade fundamental preservar e desenvolver o esporte Skate
(Revista *Yeah!*, n. 6, 1987, p. 55).

Embora a “U.S.E.” não tenha conseguido alcançar todos os objetivos que almejou (ela não conseguiu fixar a quantidade de um campeonato de skate a cada dois meses, por exemplo), o fato é que o processo de esportivização ligado ao skate obteve com ela bons avanços. A título de exemplo, podemos observar que numa reportagem escrita pela revista *Veja* no final do ano de 1987, era dito que “a nova onda do skate é capitaneada por uma vanguarda interessada em transformar a prática em esporte com regras fixas e campeonatos”.³⁸ Uma prova disso, segundo a *Veja*, era as condições diferenciadas que os skatistas começavam a encontrar para praticar essa atividade. Em suas páginas, ela citava o exemplo do skatista paulista Lemuel Ribeiro Gonçalves, o “Dinho”, que havia se tornado uma grande personalidade dentro do skate vertical,³⁹ recebendo de seu patrocinador equipamentos e uma ajuda de custo no valor de vinte mil cruzados mensais.⁴⁰

³⁶ Revista *Overall*, n. 7, 1987, p. 26.

³⁷ Revista *Yeah!*, n. 6, 1987, p. 55.

³⁸ Revista *Veja*, 02/12/1987, p. 93.

³⁹ Trata-se do skate praticado em pistas com rampas que chegam a 90 graus de inclinação. Essas pistas, durante a década de 1980, passaram a ter o formato de *half-pipe* (“meio-tubo”), que pode ser representado pela letra “U”. Além disso, outras pistas com rampas também são consideradas verticais, com a pista num formato de um feijão “*banks*” ou bacia “*bowl*”.

⁴⁰ Revista *Veja*, 02/12/1987, p. 93.

Deste modo, a fixação de regras e a busca pela transformação do skate numa prática competitiva eram propostas que visavam à conquista de uma carreira e, com ela, a busca de uma dignidade profissional por meio do “esporte”. Como bem apontou Carmen Lúcia Soares, o *espírito esportivo* e seus heróis rápidos e velozes passaram a invadir muitas das esferas da vida pública e privada, colonizando imaginários e promovendo um estilo de vida que implicava sucesso social, glorificação do consumo e explosão da aventura. Em suas palavras, ela afirma que o “esporte abriga esses valores e esses modelos, sendo mesmo sua expressão massificada” (SOARES, 2005, p. 44).

É neste sentido, portanto, que devemos compreender o porquê dos esforços destinados para que o skate, durante a segunda metade da década de 1980, pudesse contar com campeonatos mais bem organizados e skatistas com melhores remunerações. De uma forma ou de outra, essa tentativa de esportivização do skate não deixava de ser, como escreveu o filósofo Michel Foucault, uma forma de “apropriação social do discurso” (1996, p. 43), e neste caso em especial, do discurso esportivo. Assim, numa reportagem da revista *Overall*, por exemplo, encontramos a cobertura do primeiro campeonato promovido pela “U.S.E.”, nos dias 15 e 16 de agosto de 1987, numa pista de skate localizada em Guarulhos/SP, chamada “Polato Skatepark”. O “sucesso do evento”, como chegou a afirmar a reportagem, era uma consequência direta do maior nível de profissionalização que envolvia o skate. De acordo com a *Overall*,

O público local mostrou-se interessado pelo evento e dominou as arquibancadas. O tempo, melhor do que nunca, ajudou o andamento do evento. Os juízes de “elite” escolhidos pra esta etapa (Yura/SP, Chacrinha/RJ, Pescoço/SC, Osmano/SP e Junae/SC) tinham apenas uma simples tarefa: um *bowl* com esse desenho, em plena era de madeira e *halfs*, teria duas linhas a serem julgadas, as linhas de bordas e aproveitamento de espaço, e linhas tipo *half*. Criatividade e muita base teriam de ser usadas ali de qualquer maneira. E creio que todos deram o maior esforço pra mostrar um verdadeiro show de técnica. Skatistas de vários estados, micro, macro e mega empresários, imprensa, todos estavam presentes pra conferir esta primeira etapa (Revista Revista *Overall*, n. 7, 1987, p. 27).

Ao observarmos a descrição desse evento, notamos a presença de juízes (escolhidos dos Estados de São Paulo, Rio de Janeiro e Santa Catarina), público, imprensa e empresários, elementos necessários à configuração do skate como um “esporte” e sob a qual se “defrontavam múltiplos agentes: técnicos, jornalistas, jogadores [no caso, os skatistas], juízes, dirigentes, aficionados etc” (GEBARA, 2002, p. 17). Em uma das fotografias que integrava a matéria, por exemplo, os organizadores foram exibidos com uma camiseta amarela, na qual estava estampado o logotipo da “U.S.E.” – certamente um símbolo que expressava um cuidado adicional na preparação e organização deste campeonato. Ao final da

reportagem, um *ranking* escalonava os oito melhores skatistas que competiram nas categorias profissional, amador I e amador II.

Mas se a “U.S.E.” já era um avanço no sentido da incorporação do skate nos moldes de um esporte de competição, a criação da União Brasileira de Skate (“U.B.S.”), no ano de 1988, pode ser tida como um passo a mais. Pois lembramos que, como afirmado pelo sociólogo Pierre Bourdieu, o processo de esportivização é sempre um “estado da relação de força entre os agentes ou as instituições engajadas na luta ou, se preferirmos, da distribuição do capital específico que, acumulado no curso das lutas anteriores, orienta as estratégias ulteriores” (1983, p. 90). Deste modo, a criação da “U.B.S.” pode ser vista como um estágio posterior à “U.S.E.”, que ratificava seus objetivos iniciais e também buscava ampliar esses mesmos objetivos. Em nota divulgada na revista *Yeah!*, Luis Calado, um dos membros de seu conselho deliberativo, assim se pronunciava a seu respeito:

Numa iniciativa de extrema importância para o desenvolvimento do Skate nacional, foi formada no início de março, em São Paulo, a U.B.S. – União Brasileira de Skate. O esforço é consequência de outra realização anterior, a U.S.E. (União de Skatistas e Empresários), uma associação paulista que realizou dois bons eventos no ano passado. Aproveitando essa experiência (e corrigindo as falhas ocorridas), a U.B.S. é um passo decisivo para o reconhecimento do Skate como um esporte junto ao C.N.D. (Conselho Nacional de Desportos) – órgão governamental responsável por essa decisão (*Revista Yeah!*, n. 9, 1988, p. 25).

Sem dúvida, a ocorrência dessas entidades, como a “A.B.S.”, a “U.S.E.” e a “U.B.S.”, todas constituídas em prol da promoção, da manutenção e da profissionalização tanto dos skatistas quanto dos agentes inseridos na organização dos campeonatos, são fatores que apontam claramente para o desenvolvimento do skate como um “esporte” no país. Por este viés, podemos examinar essa atividade dentro de praticamente todas as características que a Carta Internacional de Educação Física e Esporte da UNESCO, criada em 21 de novembro de 1978 em Paris, reconheceu como importante no estabelecimento dos estudos relativos ao esporte. Pois este deveria ser pensado tendo,

Por objetivos:

- a) Vitórias e sucessos;
- b) Conquistas esportivas;
- c) Recordes;
- d) Prêmios;
- e) Valorização pessoal

Por princípios:

- a) princípio do rendimento (superação);
- b) princípio da supremacia;

Por características:

- a) talentos esportivos e biótipos adequados a cada modalidade esportiva;
- b) praticado profissionalmente;
- c) dirigido por entidades de direção esportiva
(apud PIMENTA, 2007, p. 21)

Da gratuidade do “surfinho de asfalto” praticado em fins dos anos 60 e início de 1970 à promoção dos campeonatos com grande estrutura, mídia e skatistas profissionais, quanta mudança! E acompanhando essas transformações, no mesmo ano em que fora criada a União Brasileira de Skate (U.B.S.), muitas outras iniciativas foram tomadas neste sentido. Na cidade de Santos/SP, por exemplo, surgiu uma escola de skate anexa a uma pista chamada “Velô Skate Park”. O curso consistia em ensinamentos básicos acerca das técnicas corporais necessárias para a prática do skate em pistas, como o *banks* (bacia) ou o *half-pipe* (“U”). As aulas aconteciam as terças e sextas-feiras, “ministradas pelos atletas profissionais da equipe de competição H. Prol”.⁴¹ Não havia idade mínima para a matrícula, mas era obrigatório o uso de equipamentos de proteção, como joelheiras, cotoveleiras e capacete. Em nota divulgada pela revista *Skatin'*, outra mídia especializada em skate que surgira na época,⁴² era informado de que “A formação de praticantes de skate vertical faz parte da campanha desenvolvida pela H. Prol, cujo slogan é ‘Skate é Esporte’, que visa o reconhecimento pelo Conselho Nacional de Desportos do Skate como modalidade esportiva”.⁴³

Assim, portanto, podemos afirmar que essa racionalização do lúdico atuou como um princípio norteador da ação de diversos agentes envolvidos e inseridos em organizações burocráticas. Tais medidas abriram o caminho para, em certa medida, uma espetacularização do skate, e isso ainda na segunda metade dessa mesma década.

O espetáculo do corpo: a visibilidade do skate vertical

Com o trabalho de profissionalização do skate organizado pelas associações e uniões de skatistas e empresários, os eventos e campeonatos de skate começaram a tomar maiores proporções, atingindo um grande público e fazendo “girar”, além das manobras, também muito dinheiro. Seguindo a tendência do que já vinha acontecendo, a maioria dos eventos continuou focalizando o skate praticado em pistas com rampas verticais (“*half-pipe*”, “*banks*” ou “*bowll*”) como algo mais viável de ser transformado num esporte, ou, como alguns eventos fazem ver, num *esporte espetáculo*. Evidente nesse sentido é o título que recebeu uma das maiores provas de skate ocorridas no período, o “*Sea Club Overall*

⁴¹ Revista *Skatin'*, n. 2, 1988, p. 24.

⁴² Como expresso em seu editorial de estreia, a revista *Skatin'* veio a público em função da grande quantidade de jovens que passaram a praticar o skate no período. De acordo com esse texto: “O skate explodiu! Em todas as direções que você olhe, nas TVs, nas ruas ou até mesmo aí do seu lado, esperando por mais *session*, nunca o skate esteve tão presente como agora”. Revista *Skatin'*, n. 1, 1988, p. 7.

⁴³ Idem, p. 24.

Skate Show”, o qual foi televisionado pelo programa “Esporte Espetacular”, da Rede Globo de Televisão.⁴⁴

Realizado no dia 09/04/1988 e numa parceria entre a empresa *Sea Club* e a revista *Overall*, essa mistura de campeonato com *show* de skate foi, segundo o editor dessa publicação, algo tão bem organizado que até mesmo o obrigou a mudar o tempo verbal de seus editoriais, os quais sempre projetavam o skate como um esporte do futuro e/ou em crescimento. Agora, segundo ele, o skate já era um esporte do presente, um jovem tornado adulto. No editorial transcrito abaixo, a presença do termo “atleta” como sinônimo de “skatista” demonstra bem a pretendida transição.

Dessa vez é no presente!

O tempo verbal empregado na construção das frases da maioria dos editoriais da *Overall*, ao longo desses mais de dois anos de trabalho, foi o futuro. Hoje, a realidade nos permite mudar o tempo dos verbos. Estamos mais do que nunca orgulhosos por termos contribuído, ao lado dos atletas, patrocinadores, organizadores de eventos, *fanzines* e outros veículos especializados para esta mudança decisiva. Esta edição especial da *Overall*, com 84 páginas, sela definitivamente o início da fase adulta deste esporte no Brasil. O *SEA CLUB OVERALL SKATE SHOW* foi a prova final. O campeão mundial de skate vertical, e outro que está entre os dez melhores skatistas do mundo, desceram do Olimpo e vieram conferir e aplaudir o estágio de desenvolvimento que o esporte atingiu no Brasil. Não só eles, mas toda a imprensa nacional (mais a revista norte-americana *Transworld*) voltaram objetivas e máquinas de escrever para o maior evento de skate que o Brasil já teve (Revista *Overall*, n. 9, 1988, p. 08).

No livro “*A Onda Dura: 3 Décadas de Skate no Brasil*”, esse campeonato – realizado na cidade de São Paulo e no interior da casa de *Show* “Projeto SP” – foi descrito como “um marco na história do skate” (BOLOTA, 2000, p. 38). A presença de dois dos maiores ídolos do skate estadunidense, *Tony Hawk* e *Lance Mountain*, ambos pela primeira vez no país, ajudou a atrair a presença da grande imprensa e atizar o júbilo público. Oferecido como espetáculo para as massas, o skate reinventava-se para além de seus *nichos*, seduzindo uma platéia ávida por movimentos arriscados, pirotecnias do corpo e da ação. Pois se levamos em consideração o que afirma a bibliografia citada, a cidade de “São Paulo literalmente parou para ver o evento” (BOLOTA, 2000, p. 38).

Mas para além do campeonato em si, é preciso notarmos que essa *condução* do skate em direção ao esporte e, neste caso, ao “*esporte-*

⁴⁴ Em carta publicada na revista *Overall*, o leitor Romeu Lins, de Campos/RJ, agradece ao programa “Esporte Espetacular”, da Rede Globo, por ter exibido o campeonato para todo o Brasil. Fonte: Revista *Overall*, n. 9, 1988, p. 60.

espetáculo”,⁴⁵ ocorreu articulada a dois fatores: o primeiro esteve ligado ao que Norbert Elias e Eric Dunning chamaram de “o aparecimento do profissionalismo no desporto” (ELIAS, DUNNING, 1992, p. 99), isto é, de um grupo de pessoas que, ao se tornarem profissionais em determinadas práticas, acabam por desenvolver “um nível de perfeição que dificilmente poderá ser alcançado por pessoas que se dedicam às atividades desportivas no seu tempo de lazer e apenas por prazer” (ELIAS, DUNNING, 1992, p. 99). De fato, os skatistas profissionais passaram a criar um conjunto de técnicas corporais diferenciadas e muito mais especializadas que os demais skatistas amadores ou somente praticantes de fim de semana; e isso passou a conferir a um determinado grupo restrito as condições necessárias para protagonizarem um verdadeiro “espetáculo” para os admiradores dessa atividade.

O segundo fator esteve ligado ao primeiro; pois se os mecanismos da competição aliados à invasão de interesses financeiros conduziram a este movimento cada vez maior de profissionalização, sua prática em pistas também se construiu – e de forma muito mais intensa do que na década anterior – através do apelo promocional. Assim, o incentivo financeiro, a mídia e a movimentação de grandes recursos por parte de empresas desejosas em investir nesta atividade (como uma aposta de lucro e rentabilidade), constituem fatores que estimulavam o aparecimento do skate como *espetáculo* para grandes plateias. Na reportagem veiculada pela revista *Overall*, a questão do financiamento da competição fora tratada de forma enfática por Paulo Lima, seu editor,

A *Sea Club* foi realmente o patrocinador ideal. Além de bancar o evento, a empresa investiu por fora e colaborou bastante na produção. A divulgação foi reforçada, já que a *Sea Club* não só fez o esperado como também potencializou o evento com 50 *outdoors* espalhados em São Paulo, 600 *spots* de rádio (inclusive no interior do Estado) e 6 mil cartazes extras. Isso somado aos boletins semanais do programa *Trip 89*, chamando a atenção da imprensa, garantiu todo aquele público, coisa realmente impressionante. A *Sea Club* está realmente a fim de levar a sério os esportes de ação. Ela está disposta a investir, a gastar no esporte e ter retorno com isso. E é isso que a gente precisa, gente disposta a investir para ter retorno no esporte (Revista *Overall*, n.9, 1988, p.21).

Como um exemplo dessa movimentação financeira ligada ao evento, nas páginas finais dessa revista encontramos um anúncio com a comercialização do vídeo deste campeonato, tido como a “fita VHS do mais radical *show* de skate já visto no Brasil”.⁴⁶ A presença do público (nove mil pessoas), dos dois skatistas convidados dos Estados Unidos e

⁴⁵ O espetáculo apresentado não pode ser dissociado da “exposição ao risco”, que é uma noção importante para considerarmos essas novas práticas juvenis. Para uma análise centrada neste assunto, ver David Le Breton (2009).

⁴⁶ Idem, p. 81.

dos “24 melhores skatistas verticais do Brasil”⁴⁷ eram os ingredientes oferecidos pelo valor de Cz\$ 4.900,00 (até 10/06/1988) e Cz\$ 5.760,00 (até 10/07/1988), pagáveis como depósito em cheque nominal.

O *show* de imagens, sem dúvida, transformava o skate – e, por conseguinte, o corpo desses skatistas – “num espetáculo televisivo nos moldes para ser consumido por um público que realmente esperava imagens excitantes” (FERNANDES, 1998, p. 116); uma vez que, como afirmou Pierre Bourdieu, “a constituição progressiva de um campo relativamente autônomo reservado a profissionais é acompanhada de uma despossessão dos leigos, pouco a pouco, reduzidos ao papel de espectadores” (1990, p. 217).

Assim, essa comercialização das manobras de skate, ou das imagens de diferentes corpos em ação, evidenciava um uso dessa atividade que implicava tecnologia e espetáculo – que uma vez pagos, poderiam ser vistos repetidas e repetidas vezes através da união do videocassete com a televisão. Ao refletir sobre esse assunto, a historiadora Denise Bernuzzi de Sant’Anna (2001) nos lembra que a transformação das competições em experiências midiáticas passou a refabricar a emoção do espectador, isto é, a criar novas formas e maneiras de vê-las. Diferentemente dos 9 mil espectadores que estavam presentes no *Sea Club Overall Skate Show*, e que por isso podiam ver a exibição *in loco* dos skatistas apenas do ângulo que estavam posicionados na plateia, a experiência do vídeo (filmado por diversas câmeras, sob vários ângulos e depois editado) ampliava as possibilidades de quem os comprasse de poder admirar melhor a *performance* de cada competidor, visualizando tanto as manobras nas *bordas*⁴⁸ quanto os aéreos efetuados nos dois lados das rampas (“U”).

Deste modo, através das modernas edições em vídeo que começavam a se desenvolver neste período (não estávamos ainda na época da massificação atual do videoclipe), a televisão acabou por multiplicar o “conjunto inacessível ao espectador presente no espaço geográfico do acontecimento” (SANT’ANNA, 2001, p. 46); tornando o movimento dos skatistas no monitor algo que podia ser tanto melhor admirado como também mais facilmente compreendido (e quem sabe um dia copiado) pelos jovens que pretendiam se iniciar nesta atividade; uma vez que praticar skate significa inserir-se no processo de aprendizagem de novas técnicas corporais. Recorrendo a Georges Vigarello,

As técnicas corporais são as maneiras de fazer, de proceder visando à eficácia; um conjunto de repetições estáveis e requintes de ação; um conjunto de construções ou de estratégias motrizes suscetíveis de aperfeiçoamento. Essas técnicas supõem, primeiro, uma organização, uma ordem, uma regulação do comportamento. Mas elas também supõem transmissão e descrição (VIGARELLO, 1988, p. 07 – tradução nossa).

⁴⁷ Ibidem, p. 81.

⁴⁸ Estamos fazendo referência às bordas das rampas, as quais apresentam um ferro (chamado “*cooping*”), no qual os skatistas executam manobras de deslizamento.

Como lembrou o skatista Fábio “Bolota”, desde o aparecimento do primeiro filme dedicado exclusivamente a retratar manobras de skate no ano de 1984, lançado pela empresa norte-americana “Powel-Peralta”, o “skate tomou um novo rumo” (BOLOTA, 2000, p. 34); pois a partir dessa época, praticar skate (tanto em pistas quanto na rua⁴⁹) passou a ser sinônimo de se informar, via consumo de imagens, “das novas manobras que estavam surgindo mundo afora” (BOLOTA, 2000, p. 34). Sem dúvida, a exibição dessas arrojadas técnicas corporais na televisão, a qual passou a privilegiar certos ângulos e visibilidades até então inéditas, não só permitiu uma maior compreensão do skatismo como, também, aprendeu a jogar com sua faceta *excitante* para melhor vendê-la, e assim transformar a imagem em mercadoria.⁵⁰

Anos 80: os grandes campeonatos de skate

Ao deslocarmos nosso olhar das *mídias de nicho* para a grande imprensa, como a revista *Veja*, podemos notar o destaque dado ao *Sea Club Overall Skate Show* também em suas páginas – uma vez que, neste período, os campeonatos de skate vertical estavam se consolidando “no circuito do esporte que rende dividendos materiais”.⁵¹

No dia 20 de abril de 1988, a revista *Veja* publicou uma reportagem sobre essa competição, destacando o fato dos 24 participantes inscritos competirem com patrocínios; citando, como exemplo, o skatista Reginaldo dos Santos Neto, apelidado de “Pankeka” e patrocinado pela fábrica de skates *H-Prol*. Segundo a *Veja*, “Pankeka” recebia um salário de 50.000 cruzados por mês, além de equipamentos para os treinos e apoio também nas demais competições que participava.

Interessante notarmos que, embora a *Veja* se valesse desse campeonato para noticiar o skate em sua página dedicada aos “esportes”, a competição em si fora algo pouco abordado pela mesma. A revista não se preocupou em publicar os resultados (o *ranking*) e nem deu destaque aos melhores competidores. O interesse da reportagem era outro, anunciado claramente na seguinte manchete: “O skate entra na era do profissionalismo”.⁵²

⁴⁹ Além dos vídeos que exibiam o skate vertical, muitos vídeos norte-americanos também mostravam as manobras do skate praticadas pelas ruas das cidades. Há na Internet um blog chamado Suppaduppa que contém uma coluna mensal sobre skate, escrita por Vadão Tagliavini. Numa delas, Vadão recorda o impacto que teve, no final da década de 1980, os vídeos de skate estadunidenses que chegavam ao Brasil. Ele, na época, morava em Matão, uma cidade do interior de São Paulo. Nesta coluna em especial, ele diz que era uma “empolgação só” quando assistiam aos vídeos de skate. Em suas palavras: “A gente assistia ao vídeo e ia para rua, pra cima e pra baixo, por toda a cidade, sempre em busca de um lugar novo e legal para andar de skate. Era uma turma de vinte a trinta skatistas de uma só vez”. Fonte: <http://suppaduppa.com/2012/03/01/o-skate-e-o-meio-e-mensagem/>, acesso em 04/03/2012.

⁵⁰ Sobre a transformação dos esportes em imagem televisiva, ver: Georges Vigarello (2008, p. 466).

⁵¹ Revista *Veja*, 20 de abril de 1988, p. 67.

⁵² Idem, p. 67.

Ora, profissionalismo significava (e é claro, ainda significa) remuneração financeira, possibilidade de inscrição pretensamente “duradoura” no mercado de trabalho e, talvez o mais importante, uma forma de abdicar a vivência de uma adolescência improdutiva (e por isso constantemente ameaçadora) em favor de uma juventude adulta, autoinvestível e geradora de lucros e dividendos (ENDO, 2009, p. 90). Lembramos, todavia, que foi o filósofo Michel Foucault um dos primeiros pensadores que, ao analisar essa concepção – vista como uma concepção empreendedora da vida – apontou o que vigorava em seu bojo, isto é, a noção do sujeito como o seu próprio empresário, como seu investidor e, portanto, uma “espécie de empresa para si mesmo” (FOUCAULT, 2008, p. 310).

Deste modo, neste caso em questão, os skatistas “adolescentes” de outrora poderiam, por força de um investimento nas qualidades de si, tornarem-se (sobretudo em função do desempenho alcançado por seus corpos) uma espécie de empresa móvel, valorizada pela revista *Veja* por constituir-se numa possibilidade de renda e, nesse sentido, também de satisfação. Articulado a isso, ao analisarmos essa matéria, somos informados que muitas fábricas de skate estavam investindo nessa atividade para a sua consolidação no país (a revista falava em “consolidação do esporte”⁵³). Segundo a *Veja*, cerca de “90% das peças exigidas num skate de nível profissional” já se encontrava em produção no mercado brasileiro, fato que ajudava no “crescimento do profissionalismo no skate e na conseqüente elevação do nível técnico das competições”.⁵⁴

Mas para o espanto de seus jornalistas, tais firmas tinham “nomes estranhos”,⁵⁵ como *Mad Rats*, *Urgh!* ou *Anarquia* – nomes que certamente diferiam daqueles que batizavam as fábricas tradicionalmente associadas ao mercado esportivo, como *Rainha*, *Topper* ou *Pênalti*, por exemplo. No entanto, mesmo que os nomes dessas firmas de skate destoassem das outras marcas ao proporem certa dose irreverência e transgressão, e assim causando tal sentimento de estranhamento nos articulistas de *Veja*, a questão é que o skate já se fazia notar em virtude do dinheiro que estava movimentando e do profissionalismo que, de algum modo, incentivava. De acordo com essa mesma reportagem,

O skate, que começou como uma brincadeira no Brasil, assiste ao surgimento de uma nova geração de praticantes, os profissionais [...] Junto com a seriedade e o profissionalismo, entra também o dinheiro no esporte. Para patrocinar a competição, a *Alpargatas*, comercializadora da marca de roupas *Sea Club*, desembolsou 4 milhões de cruzados – só a construção da pista, o *half-pipe*, custou 2,5 milhões (Revista *Veja*, 20 de abril de 1988, p. 67).

⁵³ Revista *Veja*, 20 de abril de 1988, p. 67.

⁵⁴ *Idem*, p. 67.

⁵⁵ *ibidem*, p. 67.

A mesma fórmula que tornou viável o sucesso do *Sea Club Overall Skate Show* na cidade de São Paulo foi aplicada, nos dias 21 e 22 de janeiro de 1989, na cidade do Rio de Janeiro, na chamada “*Copa Itaú de Skate*”. O campeonato – patrocinado pelo banco Itaú – ocorreu numa grande estrutura montada na praia de Ipanema, a qual compreendia arquibancadas para 12 mil pessoas e uma pista de skate – *half-pipe* (“U”) – de 12 metros de largura. Para acalantar ainda mais o evento, quatro *top skatistas* norte-americanos foram convidados a participarem do *show*, Mark Anthony Gator, Joe Johnson, Ken Park e Micke Alba. A Koch Tavares, uma empresa especializada na realização de grandes espetáculos, foi contratada para a execução do projeto. O objetivo era claro, realizar “um campeonato alucinante numa cidade maravilhosa”.⁵⁶

Interessante observarmos a forma narrativa utilizada na revista *Overall* para informar seus leitores do campeonato. Ao longo de oito páginas, palavras como “atletas”, “titulares e reservas”, “congresso técnico”, “torcedores”, “vitória”, entre muitas outras comumente empregadas para descrever os esportes tradicionais (como o vôlei, o futebol e o basquete) foram amplamente utilizadas na reportagem. No sábado, após ocorrerem “as baterias”, um texto assinado por Petrônio Vilela resumiu o dia,

A melhor performance de sábado foi indiscutível: Mauro Mureta. Incentivado por seu técnico, ele estava com uma segurança invejável, trabalhando o half na extensão e mandando aéreos mais redondos que os seus habituais. Mureta teve todas as notas acima de 82 pontos. Negão é outro que passa os 80 pontos no primeiro dia, na guerra contra Kakinho. As apresentações mais fortes do dia ficaram com Junae contra o carioca Nanas, Dinho contra Daniel de Mauro e Marcelo Campos contra Tio Liba (Revista *Overall*, n. 13, 1989, p. 28).

No ano seguinte, em 1990, uma nova edição da *Copa Itaú de skate* voltou a acontecer na praia de Ipanema, no Rio de Janeiro. O evento contou com a cobertura da grande imprensa, que “pela TV levou o skate à todo território nacional”⁵⁷ através de sua transmissão pelo *Esporte Espetacular* da Rede Globo e também do programa *Esportíssimo*, que ia ao ar todos os domingos pela Rede Manchete.⁵⁸ Além delas, mais uma vez as *mídias de nicho* direcionadas ao skate divulgaram o espetáculo. Junto a revista *Overall*, a revista *Skatin’*, fundada em 1988 pela editora Azul, também realizou a cobertura do evento, noticiando-o em 10 páginas recheadas com muito texto, fotos e informação.

A fórmula que garantiu o sucesso da *Copa Itaú* no ano de 1989 foi praticamente repetida em 1990, com a diferença que, além do banco Itaú, a competição também teve patrocínio da empresa C&A e incluiu, em paralelo às competições de vertical, exibições de manobras em obstáculos de *street skate* e no solo (*freestyle*). Além disso, novamente mais quatro

⁵⁶ Revista *Overall*, n. 13, 1989, p. 26.

⁵⁷ Revista *Overall*, n. 19, 1990, p. 23.

⁵⁸ *Idem*, p. 23.

skatistas estrangeiros – desta vez o canadense Kevin Harris, o dinamarquês Nicky Guerrero e os norte-americanos John Sonner e Mark Gonzales – foram convidados para realizarem um show à parte para a platéia, dando maior visibilidade ao evento e ajudando em sua promoção como espetáculo.

O campeonato, mais uma vez, foi um sucesso de público, que lotou as arquibancadas para prestigiar o *show* protagonizado pelos skatistas. Em sua descrição, novamente notamos a presença da linguagem esportiva. Dessa vez, um termo usual do boxe dava o tom. De acordo com a revista *Skatin'*, os skatistas se enfrentariam como se estivessem num “*round*”,

Cerca de cinco mil pessoas em média se aglomeraram para presenciar a grande disputa do dia. Os oito finalistas se enfrentaram em três fases sob o sistema homem-a-homem: a primeira fase (round 1) definiria os vencedores e perdedores, a segunda (round 2) colocaria vencedores enfrentando-se entre si, com o mesmo sistema entre os perdedores apenas para definir posições, e a terceira com a grande e gloriosa final entre os dois melhores (Revista *Skatin'*, n. 12, 1990, p. 33).

O que notamos ao analisar os grandes eventos de skate que passaram a ocorrer ao longo da segunda metade da década de 1980 em diante, portanto, é a presença tanto do vocabulário esportivo quanto de sua lógica na organização dessa atividade no país. Com a presença desses campeonatos direcionados para o grande público espectador, o skate parecia abandonar cada vez mais a gratuidade das manobras em ruas e ladeiras. Os truques dos skatistas agora valiam dinheiro (vide o cheque na mão do skatista Dinho – figura 25), e para não errá-las nas exposições públicas e campeonatos, faziam-se necessários treinos, equipes e muito preparo físico.⁵⁹

Assim, o que chamamos de “poder esportivo” cumpria bem seu papel de conduzir os vãos e saltos dos skatistas para o mundo regado, organizado e, sobretudo, mercadológico, o qual é denominado, há mais de um século, como esporte. Certamente, por mais diferente que o skate pudesse ser das demais práticas corporais já tradicionalmente esportivizadas, a presença dessas competições, dos juizes, do sistema de *ranking* e premiações o conduzia para a mesma engrenagem das demais atividades esportivas. Ser um skatista profissional, ter um bom patrocínio, fazer carreira com medalhas, troféus e prêmios tornavam-se elementos importantes para a configuração de um novo imaginário sobre essa atividade. Além da diversão, o skate constituía-se também como um negócio. E se o deslumbre proporcionado pelos vãos nas rampas passava a ser acompanhado pelo vislumbre de uma carreira profissional, ser um atleta, e não “somente” um skatista, entrava em pauta quando o que

⁵⁹ Numa entrevista publicada na revista *Skatin'* com o skatista Sérgio Fortunato de Paula, por exemplo, ele confirmava que, para conseguir boas colocações nos campeonatos, chegava a treinar “seis horas por dia” e, com os patrocínios que recebia, podia dedicar-se exclusivamente à prática do skate vertical. Revista *Skatin'*, n. 1, 1988, p. 14.

estava em jogo era, como nos diz Foucault, ser uma “espécie de empresa para si mesmo” (2008, p. 310).

Considerações Finais

Advertimos, entretanto, que não é correta a interpretação de que o skate, neste período analisado, foi uma prática apenas cooptada pelo *poder esportivo*, embora se tenha observado que tanto a revista *Yeah!* quanto as revistas *Overall* e *Skatin'*, ao descreverem os grandes eventos de skate, recorriam aos termos já canonizados pela grande mídia esportiva: “performance”, “notas”, “atletas”, “técnicos”, “guerra”, “ranking”, “round” etc. Sem dúvida, como este artigo buscou demonstrar, essa tendência foi uma faceta importante na história do skate; mas ela não chegou a unificá-lo em torno de uma identidade sólida e à qual poderíamos chamar de “esportiva”.

De fato, as representações do skate como um esporte não poderiam ter sido criadas sem essas mídias. Pois a partir da segunda metade da década de 1980, elas não só o documentaram como também se empenharam num movimento pela institucionalização do skate no país; ao mesmo tempo, colaboraram para o avanço na tendência – existente desde o final da década anterior – de torná-lo uma prática comum a muitos e ainda um estilo de vida.

Não temos como negar a existência de um forte movimento – levado a cabo por diversos sujeitos implicados nesta atividade, seja como praticante, seja como empresário ou jornalista – de transformação dessa prática em espetáculo midiático, *show*, lazer de massa, publicidade. Tais aspectos expressavam o *poder esportivo*, pois sem dúvida a espessura do skate enquanto experiência juvenil, arriscada, vertiginosa e performática passou a ser majorada quando ele se tornou uma vedete midiática, um cativante objeto ao olhar esportivizado, uma moda e um estilo.

Concomitantemente a essa esportivização, entretanto, o skate também tomou outros rumos, constituiu-se junto a outros discursos, práticas e representações. E essas mesmas mídias que o anunciavam como um “esporte” também o retrataram, paradoxalmente, como algo diverso de uma prática esportiva. E embora a busca por sua esportivização – como demonstramos neste artigo – tenha sido algo evidente, o fato é que uma dança de identidades possíveis conviveu, por vezes, de modo caótico nas páginas dessas *mídias*. Assim, ao mesmo tempo que essas três revistas escreviam editoriais e demais matérias nas quais se posicionavam claramente em prol do desenvolvimento esportivo do skate, elas próprias, em determinados momentos, colocavam sob suspeita tal associação. Como um exemplo nesse sentido, podemos observar que a revista *Skatin'*, também produzida por “skatistas fissurados neste esporte”,⁶⁰ ora mostrava-se enfática em sua missão de

⁶⁰ Revista *Skatin'*, n. 11, 1990, p. 8.

desenvolver o skate como esporte e ora, titubeante, questionava se o skate era realmente um esporte. Pois, ao passo que lemos,

[...] A *Skatin'* se posiciona como um intermediário: Estimulamos o esporte a crescer, incentivando novos adeptos que, por sua vez, movimentam o mercado. Assim, o esporte cresce e a seqüência continua.⁶¹

Também somos informados que,

[...] Moda, estilo de vida, esporte ou o quê? Não interessa a definição. Talvez um pouco de tudo isso, mas o mais importante é a conclusão a que podemos chegar de que o skate veio para ficar.⁶²

Assim, se o caminho da esportivização do skate estava sendo pavimentado, certamente tal estrada não era da “mão única”. Pois embora o *poder esportivo* tenha exercido uma influência muito grande sobre os mais diversos elementos da cultura corporal ligados ao skate, funcionando como uma espécie de facho luminoso que ofuscava a existência de outras formas e experiências, seu poder não chegou a ser totalizante ou, em outras palavras, “sem furos”. De fato, o skate era uma prática que apresentava plasticidades que ofereciam uma grande disponibilidade para àqueles que dele fizessem uso. Retirá-lo da rua, domesticá-lo e transformá-lo num esporte era a via mais rentável, mas isso não implica dizer, entretanto, que era a única.

A história do skate durante o período analisado não representou somente o “amadurecimento esportivo” desta atividade, pois, junto a esse fator, desenvolveram-se outros modos de praticá-lo. Um deles, surgido em meados da década de 1980, foi o *street skate* – modalidade na qual os skatistas passaram a interagir com escadas, bancos, corrimãos e demais aparelhos urbanos. Sem dúvida, foi a assunção do *street skate* o principal fato que desencadeou o afastamento das regras e normas que, até então, estavam buscando guiar o skate nos rumos de uma esportivização controlada.

Ao promoverem uma disfunção no quadro dos divertimentos esportivos, os praticantes de *street* realizaram uma desordem com as experiências que estavam sendo construídas por intermédio das competições em pistas e demais espaços destinados a essa atividade. Mas, por outro lado, como tão bem escreveu Norbert Elias, se os adeptos somente “seguirem as regras como escravos, eles arriscam-se a perder por falta de imaginação” (1992, p. 234). E imaginação foi certamente o principal ingrediente de uma parcela importante dessa juventude adepta do *street skate*, a qual passou a ler a cidade (seus bancos, buracos, paredes etc) como um grande espaço aberto à criatividade. Era o início, portanto, da construção do skate não mais somente como um “esporte

⁶¹ Idem, p. 8.

⁶² Revista *Skatin'*, n. 1, 1988, p. 7.

radical”, mas talvez uma espécie de “retorno” a sua condição de prática urbana, corporal, desviante e *outsider*.

DOCUMENTOS

* Documentos Eletrônicos

www.skatecuriosidade.com, acesso em 20/10/2011.

http://www.youtube.com/watch?v=3JU2_Vg1DEg, acesso em 07/08/2011.

<http://suppaduppa.com/2012/03/01/o-skate-e-o-meio-e-mensagem/>, acesso em 04/03/2012.

<http://triboskate.ativo.com/datafolha-atualiza-para-85-milhoes-o-numero-de-skatistas-no-brasil/>, acesso em 07/02/2017.

<http://globoesporte.globo.com/olimpiadas/noticia/2016/08/inclusao-nos-jogos-olimpicos-anima-skatistas-do-brasil-temos-que-evoluir.html>, acesso em 07/02/2017.

* Jornais e Revistas

Folha de São Paulo (Folhinha), 19 de junho de 1988, p. B – 7.

Folha de São Paulo (Ilustrada), 27 de junho de 1988, p. A - 36.

Revista Imprensa, dezembro de 1987

Revista Overall, n. zero, 1985.

Revista Overall, n. 1, 1986.

Revista Overall, n. 7, 1987.

Revista Overall, n. 9, 1988.

Revista Overall, n. 13, 1989.

Revista Overall, n. 19, 1990.

Revista Skatin', n. 1, 1988.

Revista Skatin', n. 2, 1988.

Revista Skatin', n. 5, 1989.

Revista Skatin', n. 12, 1990.

Revista Skatin', n. 11, 1990.

Revista Tribo Skate, nº 187, 2011.

Revista Veja, 02 de dezembro de 1987.

Revista Veja, 20 de abril de 1988.

- Revista *Veja*, 11 de maio de 1988.
 Revista *Veja*, 22 de junho de 1988.
 Revista *Visual Esportivo*, n. 2, 1981.
 Revista *Visual Esportivo*, n. 14, 1984.
 Revista *Visual Esportivo*, n. 16, 1985.
 Revista *Yeah!*, n. 1, 1986.
 Revista *Yeah!*, n. 4, 1986.
 Revista *Yeah!*, n. 6, 1987.
 Revista *Yeah!*, n. 8, 1988.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABREU, Alzira Alves de. *A modernização da imprensa (1970 – 2000)*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.
- BOLOTA, Fábio. Anos 80. In BRITTO, Eduardo (org.). *A Onda Dura: 3 Décadas de Skate no Brasil*. São Paulo: Parada Inglesa, 2000, p. 30 – 39.
- BOURDIEU, Pierre. *Coisas ditas*. São Paulo: Ed. Brasiliense, 1990.
- BOURDIEU, Pierre. *Questões de Sociologia*. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983.
- BRANDÃO, Leonardo. *Para além do esporte: uma história do skate no Brasil*. Blumenau: Edifurb, 2014.
- BRANDÃO, Leonardo. “O surfe de asfalto”: a década de 1970 e os momentos iniciais da prática do skate no Brasil. In BRANDÃO, Leonardo; HONORATO, Tony (Org.). *Skate & Skatistas: questões contemporâneas*. Londrina: UEL, 2012, p. 15 – 40.
- BRANDÃO, Leonardo; HONORATO, Tony. Skate: uma história em produção. In FREITAS, Silvane Aparecida de; CARVALHO, Jacques Elias de (Org.). *Política, identidade e marginalidade*. Curitiba: CRV, 2011, p. 175 – 193.
- ELIAS, Norbert; DUNNING, Eric. *A busca da excitação*. Lisboa: DIFEL, 1992.
- ENDO, Paulo Cesar. O adolescente: ilustre figura do contemporâneo. *Estilos da Clínica*, vol. 14, n. 27, 2009, p. 1 – 10.
- FERNANDES, Rita de Cassia. Esportes Radicais: referências para um estudo acadêmico. *Conexões*, Revista da Faculdade de Educação Física da UNICAMP, Campinas, v. 1, n. 1, 1998, p. 1 – 11.

FORTES, Rafael. *O surfe nas ondas da mídia: um estudo de Fluir nos anos 1980*. 2009. 281 f. Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade Federal Fluminense, Niterói.

FOUCAULT, Michel. *Nascimento da biopolítica: curso dado no Collège de France (1978 – 1979)*. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

FOUCAULT, Michel. *A ordem do discurso*. São Paulo: Edições Loyola, 1996.

GEBARA, Ademir. História do esporte: novas abordagens. In PRONI, Marcelo Weishaupt; LUCENA, Ricardo de Figueiredo (orgs.). *Esporte: história e sociedade*. Campinas: Autores Associados, 2002, p. 05 – 29.

GONÇALVES, Cecília Moisés. Eu não era feliz e sabia. In BRITTO, Eduardo (org.). *A Onda Dura: 3 Décadas de Skate no Brasil*. São Paulo: Parada Inglesa, 2000, p. 92 – 95.

LE BRETON, David. *Condutas de risco: dos jogos de morte ao jogo de viver*. Campinas: Autores Associados, 2009.

MIRA, Maria Celeste. *O leitor e a banca de revistas: a segmentação da cultura no século XX*. São Paulo: Olho d'Água, 2001.

PIMENTA, Thiago Farias da Fonseca. *A constituição de um sub campo do esporte: o caso do Taekwondo*. 2007. 229f. Dissertação (Mestrado em Sociologia), UFPR.

POCIELLO, Christian. Os desafios da leveza: as práticas corporais em mutação. In SANT'ANNA, Denise Bernuzzi de. (org^a). *Políticas do corpo: elementos para uma história das práticas corporais*. São Paulo: Editora Estação Liberdade, 1995, p. 115 – 120.

SANT'ANNA, Denise Bernuzzi de. *Corpos de passagem: ensaios sobre a subjetividade contemporânea*. São Paulo: Estação Liberdade, 2001.

SARLO, Beatriz. *Cenas da Vida Pós-Moderna: Intelectuais, arte e videocultura na Argentina*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

SOARES, Carmen Lúcia. Práticas corporais: invenção de pedagogias? In SILVA, Ana Márcia; DAMIANI, Iara Regina (orgs.). *Práticas corporais*. Florianópolis: Nauemblu Ciência & Arte, 2005, p. 43 – 63.

VIGARELLO, Georges. Estádios: o espetáculo esportivo das arquibancadas às telas. In CORBIN, Alain; COURTINE, Jean-Jacques; VIGARELLO, Georges (orgs.). *História do corpo: as mutações do olhar: o século XX*. Petrópolis: Vozes, 2008, p. 445 – 480.

VIGARELLO, Georges. *Une histoire culturelle du Sport: techniques d'hier...et d'aujourd'hui*. Paris: Robert Laffont, 1988.

VIGARELLO, Georges. D'une nature....l'autre: Les paradoxes du nouveau retour. In CHRISTIAN POCIELLO (org). *Sports et Sociétés : approche socio-culturelle de pratiques*. Paris: ed. Vigot, 1987, p. 239 – 247.

Recebido em 07 de fevereiro de 2017

Aceito em 23 de julho de 2017