

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE PONTA GROSSA
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS

WENDELL LUIZ LINHARES

**ANALISANDO OS FATORES QUE INFLUENCIAM NA DEFINIÇÃO DA
IDENTIDADE CLUBÍSTICA: PARA QUAL TIME DE FUTEBOL VOCÊ
TORCE?**

PONTA GROSSA
2019

WENDELL LUIZ LINHARES

ANALISANDO OS FATORES QUE INFLUENCIAM NA DEFINIÇÃO DA
IDENTIDADE CLUBÍSTICA: PARA QUAL TIME DE FUTEBOL VOCÊ TORCE?

Dissertação apresentada como requisito parcial de avaliação para a obtenção do título de Mestre em Ciências Sociais Aplicadas na Universidade Estadual de Ponta Grossa. Área de concentração: Cidadania e Políticas Públicas. Linhas de Pesquisa: História, Cultura e Cidadania

Orientador: Prof. Dr. Miguel Archanjo de Freitas Junior

PONTA GROSSA
2019

L755 Linhares, Wendell Luiz
Analisando os fatores que influenciam na definição da identidade clubística para qual time de futebol você torce? / Wendell Luiz Linhares. Ponta Grossa, 2019.
128 f.

Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais Aplicadas - Área de Concentração: Cidadania e Políticas Públicas), Universidade Estadual de Ponta Grossa.

Orientador: Prof. Dr. Miguel Archanjo de Freitas Junior.

1. Identidade. 2. Futebol. 3. Família. 4. Pai. 5. Mídia. I. Freitas Junior, Miguel Archanjo de. II. Universidade Estadual de Ponta Grossa. Cidadania e Políticas Públicas. III.T.

CDD: 796.334

TERMO DE APROVAÇÃO

Wendell Luiz Linhares

**ANALISANDO OS FATORES QUE INFLUENCIAM NA DEFINIÇÃO DA
IDENTIDADE CLUBÍSTICA: PARA QUAL TIME DE FUTEBOL VOCÊ
TORCE?**

Dissertação aprovada como requisito parcial para obtenção do grau de
Mestre no Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais Aplicadas,
Setor de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Estadual de Ponta
Grossa, pela seguinte banca examinadora:

Ponta Grossa, 29 de março de 2019.

Assinatura pelos Membros da Banca:


Dr. Miguel Archanjo de Freitas Junior - (UEPG) – Presidente


Dr. André Mendes Capraro – (UFPR)


Dr. Bruno Pedroso – (UEPG)

Dr. Fernando Renato Cavichioli – (UEL) – Suplente Externo

Dr. Alfredo Cesar Antunes – (UEPG) – Suplente Interno

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus por sempre estar ao meu lado e ter me conduzido durante todo o processo.

Aos meus familiares, especialmente a minha mãe Alzira Linhares que sempre me incentivou e me apoiou, ao meu pai Luiz Celso Linhares (in memorian) que tenho certeza que sempre olha e cuida de mim.

Ao Professor, orientador e amigo Miguel Archanjo de Freitas Junior, pela confiança ao me conceder essa oportunidade, pelo esforço nas orientações, pela amizade construída durante todo esse tempo e pelo exemplo de responsabilidade e profissionalismo e caráter que certamente me orientam em minha trajetória. Minha eterna gratidão!

Ao Prof. Dr. André Mendes Capraro, pelas contribuições e considerações significativas durante a construção dessa dissertação e pelo tempo dedicado na avaliação deste estudo e pela amizade que certamente está sendo construída.

A Prof. Dr. Bruno Pedroso que desde a graduação vêm acompanhando a evolução da pesquisa e sempre prontamente auxiliando no que é necessário, nas avaliações e contribuições. Obrigado pela amizade!

A todos os professores e professoras do Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais Aplicadas, em especial a coordenadora Prof.^a Dra Lenir Aparecida Mainardes da Silva, a vice-coordenadora Prof.^a Dra. Édina Schimanski e a Secretária Michele Machado que sempre auxiliaram no que foi necessário durante o curso.

Aos amigos do grupo de estudos Esporte, Lazer e Sociedade. Em especial, aos colegas Bruno José Gabriel, Diego Petyk de Souza, Edilson de Oliveira, Marcela Caroline Pereira, Erica Fernanda de Paula, por toda contribuição durante as pesquisas e pela amizade dedicada nos momentos de alegria e dificuldades.

Aos que tiveram paciência e me apoiaram sempre que necessário para efetivação do Mestrado, em especial ao meu amigo, irmão e compadre Juliano de Souza, a minha amiga Maria Regina e Regina Paula de Oliveira.

Agradeço a todos da Secretaria Municipal de Educação do Município de Telêmaco Borba, todas as equipes diretivas e pedagógicas, bem como, toda comunidade que possibilitaram e viabilizaram a coleta de dados e por conseguinte, o andamento da pesquisa

A todos da comunidade Católica Arautos do Evangelho – Sede Ponta Grossa –
por toda ajuda espiritual.

A Camila Escorsin Scheifer, pela amizade, companhia, ajuda e incentivo!

A CAPES, pelo financiamento desta pesquisa.

RESUMO

O objetivo da presente dissertação é identificar e analisar os possíveis fatores que influenciam o indivíduo de dez anos de idade, da cidade de Telêmaco Borba – Paraná, na definição de sua identidade clubística. Visando atingir o objetivo proposto, fomentou-se um instrumento do tipo questionário estruturado contendo dez questões fechadas, as quais tratam de aspectos sociais como: o clube de futebol que o indivíduo torce, o que influenciou sua escolha, como acompanha o clube para qual torce, se já torceu por outro clube de futebol e o que influenciou tal mudança, quem são os responsáveis por cuidar do indivíduo, o clube de futebol do pai/responsável torce, o clube de futebol que a mãe/responsável torce, o clube de futebol que o melhor amigo torce, se torce por algum clube do exterior e quem é o melhor jogador de futebol da atualidade. O instrumento foi aplicado em crianças que completaram dez anos de idade no ano de 2018, as quais foram localizadas nas escolas públicas do município de Telêmaco Borba. Verificou-se que a população do presente estudo é composta por 955 indivíduos. Partindo deste pressuposto, definiu-se um intervalo de confiança de 95% e margem de erro de cinco por cento, totalizando uma amostra de 275 indivíduos. Como parte importante do processo, o projeto de pesquisa foi submetido ao Comitê de Ética e Pesquisa da Universidade Estadual de Ponta Grossa, conforme designação da Plataforma Brasil, sob o número do CAAE: 90216318.0.0000.0105. Também, distribuiu-se um Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, explicando todas as minúcias da pesquisa aos responsáveis, para que os mesmos autorizassem ou não, a participação dos menores. Após a coleta, organizou-se, tabulou-se e apresentou-se os dados em forma de gráficos. Para a análise dos dados, utilizou-se uma abordagem quanti-qualitativa, a partir dos pressupostos estabelecidos por Bardin (2016), utilizando a frequência de aparição. Identificou-se que a “Família” sobretudo na figura do pai ou uma outra masculina, influência de forma considerável a escolha do time para torcer. Quando a família não possui nenhum engajamento futebolístico, o melhor amigo emerge como uma potencial influência. Identificou-se ainda que a “TV aberta” é o meio de comunicação, mais utilizado para acompanhar o clube pelo qual torce e em seguida a “Internet”. Verificou-se que 54,18% (149) torcem para um clube nacional e outro do exterior, emergindo assim, uma espécie de perfil do torcedor com uma bifiliação clubística. Ainda, identificou-se que a escolha do clube do exterior está relacionada a um jogador global e que quando este jogador muda de clube, existe a tendência de o torcedor modificar o clube europeu.

Palavras-chave: Identidade. Futebol. Família. Pai. Mídia.

ABSTRACT

The goal of this dissertation is to identify and analyze the possible factors that influence a ten - year old individual, in the city of Telêmaco Borba – Paraná in the definition of his/her team identity. Aiming to achieve the goals of this research a ten-question questionnaire applied in the mode of closed questions. The questionnaire shows social aspects such as: the soccer team that the individual supporter. If he/she has supported another team and what has influenced his/her the change. How he/she followed his/her team. Who are the persons in charge of taking care of these individuals, the soccer team that his/her father or someone in charge supports, the soccer team his/ her mother or someone in charge supports, the soccer team his/her best friend supports. If he/she supports some soccer team abroad and which is the best soccer player nowadays. The questionnaires were applied to ten-year old children in 2018. They are students in public schools in the city of Telêmaco Borba. This research was made in a place where 955 individuals are studying and 275 took part in this research. This study is supposed to be 95 % reliable. As an important part of this process – this project of research was submit to the ethical committee and research of UEPG (Universidade Estadual de Ponta Grossa), according to Brazil platform, under the number CAAE:90216318.0.0000.0105. It was also distributed a free allowance term explaining all the specificities of this research to the responsible of the students asking them permission to participate in this study. After joining and organizing all the data. They were organized in form of graphics. It was used the quantity qualitative approach to analyze these data. According to the theories of Barding (2016) using the frequency of appearance. It was identified that the “family” mainly in the figure of the father or in other male figure has influenced in a considerable way the choice of the team be supported. When the family doesn’t have any linking with soccer the best friend emerges as a potential influence. It was identified that “broadcast TV” is the way of communication that is most used to follow the team they supported in second place is the internet. It was verified that 54, 18% (149) support a national team and other abroad. In addition, through this these facts it was observed a dual profile of filiation to a soccer team. In addition, it was possible to identify that the choice of the supported team abroad is related to a global player and when he decides to change the team, there is a tendency of the supporter changes the European team, too.

KEY Words: Identity. Soccer. Family. Father. Media

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 - Amostra por gênero	88
GRÁFICO 2 - Para qual clube de futebol você torce?	89
GRÁFICO 3 - Motivo que levou o indivíduo a torcer pelo clube de futebol	92
GRÁFICO 4 - Como você acompanha seu clube de futebol?	101
GRÁFICO 5 - Você já torceu por outro clube de futebol, por que mudou?.....	104
GRÁFICO 6 - Mapeamento da rede de sociabilidade primária dos indivíduos participantes do presente estudo.....	107
GRÁFICO 7 - Clube de futebol que o pai ou responsável pelo indivíduo torce?.....	108
GRÁFICO 8 - Clube de futebol que a mãe ou responsável pelo indivíduo torce?	109
GRÁFICO 9 - Clube de futebol que o melhor amigo do indivíduo torce?.....	110
GRÁFICO 10 - Clube de futebol do exterior que os indivíduos indicaram torcer.....	112
GRÁFICO 11- Melhor jogador de futebol na atualidade na opinião do indivíduo	114

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 - Panorama do número de produções encontradas nas bases de dados consultadas	32
TABELA 2 - Artigos publicados que tratam sobre “futebol, identidade e/ou pertencimento clubístico” entre os anos de 2013-2018	33
TABELA 3 - Síntese das produções coletadas	42
TABELA 4 - Mapeamento das Revistas e Qualis nos quais os artigos coletados foram publicados	44
TABELA 5 - Alocação dos periódicos e a frequência de publicação	45
TABELA 6 - Área de conhecimento dos periódicos e frequência de publicação	46
TABELA 7 - Referenciais que tratam sobre identidade.....	46
TABELA 8 - Técnica e tipo de análise metodológica.....	48
TABELA 9 - Número de transferências envolvendo jogadores de futebol brasileiros	78
TABELA 10 - Transferência de jogadores por nacionalidade no mercado futebolístico 2018	78
TABELA 11 - Valores gastos pelas ligas na compra de jogadores.....	79
TABELA 12 - Top cinco na preferência por estrangeiros.....	80
TABELA 13 - Rank digital dos clubes de futebol brasileiro – fevereiro 2019 – Facebook, Twitter, Instagram e Youtube (Novas inscrições)	84
TABELA 14 - Rank global dos times de futebol x comunidade digital.....	85
TABELA 15 - Receita total dos clubes no ano de 2017	90
TABELA 16 - Clubes de futebol brasileiro campeões nacionais e internacionais (2008-2018)	94
TABELA 17 - Campeonatos nacionais conquistados pelos clubes brasileiros de futebol.....	98
TABELA 18 - Títulos internacionais dos clubes de futebol brasileiro	100

LISTA DE SIGLAS

FIFA	Fédération Internationale de Football Association
AFC	Confederação Asiática de Futebol
CAF	Confederação Africana de Futebol
CONCACAF	Confederação de Futebol da Associação do Norte, América Central e Caribe
CONMEBOL	Confederação Sul-americana de Futebol
UEFA	União Europeia da Federações de Futebol
OFC	Confederação de Futebol da Oceania
ONU	Organização das Nações Unidas
TCLE	Termo Consentimento Livre e Esclarecido
SME	Secretaria Municipal de Educação
PPGCSA	Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais Aplicadas
UEPG	Universidade Estadual de Ponta Grossa
EA	Estado da Arte
EC	Estado do Conhecimento

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	18
2.1 CARACTERIZAÇÃO DO ESTUDO.....	18
2.2 POPULAÇÃO E AMOSTRA.....	21
2.3 INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS	24
2.4 PROCEDIMENTOS DE ANÁLISE.....	25
2.4.1 Pré-análise 25	
2.4.2 Exploração do material.....	26
2.4.3 Tratamento dos resultados obtidos	26
2.4.4 Inferência e análise dos dados	27
2.5 PROCEDIMENTOS ÉTICOS	27
3 IDENTIDADE E PERTENCIMENTO CLUBÍSTICO: UM “ESTADO DO CONHECIMENTO” (2013-2018)	29
3.1 PROCEDIMENTOS UTILIZADOS NA CONSTRUÇÃO DO EC.....	31
3.2 COLETA DAS PRODUÇÕES CIENTÍFICAS DO EC.....	32
3.3 SÍNTESE DAS PRODUÇÕES COLETADAS	35
3.4 ANÁLISE E INFERÊNCIA DAS PRODUÇÕES COLETADAS.....	44
3.5 CONCLUSÕES PRELIMINARES	49
4 A IDENTIDADE CLUBÍSTICA SOB A PERSPECTIVA DE IDENTIDADE EM NORBERT ELIAS.....	52
4.1 A IDEIA DE IDENTIDADE EM NORBERT ELIAS – A BALANÇA NÓS-EU	53
4.1.1 Os indivíduos e a sociedade.....	54
4.1.2 As configurações e as cadeias de interdependências.....	57
4.1.3 Perspectiva da identidade nós-eu.....	61
4.1.4 Modelos de construção da identidade clubística na perspectiva da balança “nós-eu”	68
5 IDENTIDADE CLUBÍSTICA E GLOBALIZAÇÃO	70
5.1 FUTEBOL E GLOBALIZAÇÃO: UMA BREVE APRESENTAÇÃO DO CASO BRASILEIRO E EUROPEU	70
5.2 A GLOBALIZAÇÃO E OS CLUBES GLOBAIS	76
5.3 FUTEBOL E GLOBALIZAÇÃO: A INTERNET COMO ELEMENTO CONSTRUTOR DE IDENTIDADES CLUBÍSTICAS VIRTUAIS	82
6 DISCUSSÃO DOS DADOS.....	88
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	117
REFERÊNCIAS... ..	119
APÊNDICE A: MODELO DE INSTRUMENTO APLICADO	126
APÊNDICE B: MODELO DE TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO	128

1 INTRODUÇÃO

O futebol é um fenômeno social que se manifesta por diversas formas, em diferentes configurações. Em certa medida, tal esporte também se constitui como uma configuração e nela, os indivíduos estabelecem relações de interdependência uns com os outros.

Neste sentido, ao pensar possibilidades de modelos configuracionais a partir do futebol, verifica-se a partir de Damo (2003) uma proposição realizada em 04 tipologias futebolísticas, sendo elas: a) futebol profissional, que pode ser entendida como o futebol-espetáculo e de alto rendimento; b) futebol de bricolagem, que é o futebol da pelada ou dos rachões e pode ser denominado de outras maneiras dependendo da localidade em que o mesmo será praticado; c) futebol comunitário, que pode ser chamado de futebol amador ou futebol de várzea; d) futebol escolar, o qual está vinculado com a instituição “escola”. A partir das tipologias futebolísticas supracitadas, entende-se que a presente pesquisa abordará aspectos relacionados à identidade clubística e o futebol na sua configuração profissional, espetacularizada e de alto rendimento.

Desta forma, entende-se que na perspectiva mencionada anteriormente, o futebol é uma prática esportiva global. Tal inferência pauta-se no número de 211 associações filiadas a Fédération Internationale de Football Association (FIFA), instituição máxima do futebol profissional, a qual está articulada em um total de 06 Confederações sendo elas: a Confederação Asiática de Futebol (AFC), a Confederação Africana de Futebol (CAF), a Confederação de Futebol da Associação do Norte, América Central e Caribe (CONCACAF), a Confederação Sul-americana de Futebol (CONMEBOL), a União Europeia da Federações de Futebol (UEFA) e a Confederação de Futebol da Oceania (OFC) (FEDERAÇÃO INTERNACIONAL DE FUTEBOL, 2018). A quantidade de associações filiadas a FIFA, supera o número de países-membros na Organização das Nações Unidas (ONU) que conta com 193 (ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS BRASIL, 2018), sendo assim, a FIFA passou a ser reconhecida e chamada de “Nações Unidas do Futebol” (FÉDÉRATION INTERNATIONALE DE FOOTBALL ASSOCIATION, 2018)¹.

¹Sobre este aspecto, é importante salientar que a FIFA faz o uso de uma política de filiação diferente da utiliza pela ONU. Ou seja, a FIFA é mais flexível para aceitar novos membros e desta forma, reconhece como países territórios que não tem tal “status” político, como por exemplo, Palestina, Ilhas Faroé.

No âmbito nacional, o futebol é considerado um fenômeno social por ter a capacidade de mobilizar uma multidão de pessoas em seu entorno e segundo o antropólogo Roberto DaMatta (1982a), tal fenômeno possui uma característica não opositora à sociedade. De acordo com o autor, o futebol é algo complexo e no caso brasileiro, observa-se como uma instituição com potencial de aglutinar muitas esferas da vida social, sendo também, fonte de individualização e possibilidade de expressão da mesma.

Neste sentido, o autor supracitado destaca o futebol como o esporte que tem a capacidade de promover certas “dramatizações” de problemas importantes da sociedade. Desta forma, é possível verificar uma certa sistematização do que é observado no dia-a-dia (os rituais dos jogos e a infraestrutura que cerca o futebol) com valores sociais como o autoconhecimento, o respeito, a verdade, o compartilhamento, as participações, as emoções, as organizações e a ajuda entre outros. Assim, o drama pode ser considerado um momento em que tais valores entram em crise e são pensados de forma reflexiva (DAMATTA, 1982b).

Isto posto, nota-se que a ideia de drama social está articulada com pressupostos de que determinada sociedade vai sempre reproduzir a si mesma em quaisquer de seus domínios sociais. Ou seja, as dramatizações que ocorrem, por exemplo, na esfera econômica, refletem em outras como na política, na religiosa, na cultural, e etc. (DAMATTA, 1982b).

Na esfera esportiva, as dramatizações podem ocorrer em diferentes formas. DaMatta (1994) em seu artigo intitulado “Antropologia do óbvio: notas em torno do significado social do futebol”, apresenta três possibilidades de como o futebol enquanto um instrumento, pode dramatizar os dilemas sociais.

Assim, as dramatizações se constituem como formas de manifestação e de expressão da sociedade brasileira e o futebol, criando possíveis modelos da mesma, que podem ser visualizadas a partir das emoções como o amor, o ódio, a fidelidade, a alegria, a tristeza entre tantos outros. Por conseguinte, o futebol também se transforma em um instrumento não só de comunicação social entre os indivíduos, mas também de construção de identidade tanto coletiva, como individual. (DAMATTA, 1982^a, 1982b).

Entende-se que aqui, se faz necessário realizar uma ponderação sobre a utilização do referencial de Roberto DaMatta. Neste sentido, ao pensar a relação entre o brasileiro e o futebol a partir de conceitos estruturados por ele, tem-se a clareza e a noção dos seus limites e por consequência, a necessidade de serem relativizados, pois, o autor tem como

referência determinado local – Rio de Janeiro – e a partir dele estabelece certas generalizações, as quais, quando não tomado os devidos cuidados, podem direcionar o pesquisador a realizar leituras e análises do futebol enquanto fenômeno social e cultural de maneira equivocada. Para além da ressalva, pensa-se que não é a questão deixar de lado o autor, mas sim como se apodera dos seus conceitos para compreender determinado fenômeno.

Por conseguinte, percebe-se o quanto o futebol se mostra como uma força capaz de adentrar na vida dos brasileiros, pois, o mesmo tem a capacidade de influenciar os hábitos, modificar costumes, mexer com os sentimentos, alterar o cotidiano, tornando-se um dos elementos centrais da construção de uma identidade brasileira. (FREITAS JUNIOR, 2012).

A relação futebol-identidade no Brasil, pode ser visualizada a partir de diversos referentes como o futebol de várzea, gênero, de amigos, o profissional entre outros. No que se refere ao futebol profissional, mais especificamente na esfera clubística, observa-se a existência de diversos grupos e esses constituem diferentes configurações. De acordo com Giglio (2007), no caso brasileiro é possível perceber que o gosto pelo futebol se inicia pelos referenciais do clube de futebol. Por conseguinte, a construção do processo que leva o indivíduo a escolher o time do “coração” não ocorre de forma tão simples, pois, quando se trata de discutir futebol no Brasil, não há consenso e todos tem um palpite diferente.

Neste sentido, buscou-se verificar na literatura elementos que possam auxiliar na compreensão da relação entre identidade e pertencimento clubístico. Sendo assim, encontrou-se o estudo realizado por Damo (1998), que apresenta diversos aspectos do processo de identificação e pertencimento clubístico do torcedor gaúcho em relação ao Grêmio Foot-ball Porto Alegrense. O autor utilizou a etnografia como um método de pesquisa e se pautou em construir uma abordagem e um olhar plural sobre a relação torcedor-clube de futebol. Assim, Damo (1998) demonstra que os torcedores se notam como uma espécie de nação, a qual os mantém coesos, sobretudo pelo fato de outras “nações” também existirem. A partir da ideia de nação, é necessário pensar que cada uma vai possuir configurações sociais específicas e que cada indivíduo, na representação do torcedor, vai desempenhar papéis diferenciados.

Desta forma, o autor indica que na configuração nação-clube de futebol é possível verificar a existência de diferentes níveis e formas de pertencimento clubístico e que esses estão arraigados por diferentes arranjos sociais e culturais. A nação-clube de futebol, tem

a capacidade de fomentar e reforçar as diferenças já existentes em outros segmentos da vida social, proporcionando ao torcedor o direito de expressar seus sentimentos, suas falas, serem vistos e notados.

Na tese intitulada “Porque Flamengo?”, Kowalski (2001) parte do questionamento sobre como foi construída a popularidade do Flamengo. A autora demonstra, que elementos como a história, os êxitos e os ídolos não dão conta de explicar o fenômeno da popularidade nacional da instituição conhecida como Clube de Regatas Flamengo.

Assim, apresenta por meio de várias fontes, como, por exemplo, as instituições e os agentes contribuíram na construção de hábitos e valores. Não obstante, notou-se como a imprensa (re)constrói o futebol, não só, através da literatura e das crônicas, mas também, das expressões artísticas, das caricaturas, das fotografias, das pinturas, das músicas e das canções populares, bem como, dos carnavalescos e dos poetas, que destacam a alegria, os sentimentos e as emoções que fariam parte da cultura de um povo.

A autora indica que o Flamengo se tornou popular pela construção literária, utilizada política e religiosamente como símbolo de promoção, que em alguns momentos se apresentaram de forma irreverente e em outras não, porém com uma imagem romanticamente criada e cultuada pela juventude boemia, sendo esta imagem aceita e difundida.

No artigo construído por Santos e Monastirsky (2012), os autores objetivaram investigar a representatividade do Operário Ferroviário Esporte Clube perante a cidade de Ponta Grossa. Neste sentido, apresentaram a problemática em que tentaram perceber, como se constroem as identidades e símbolos na geopolítica do futebol em torno do Operário. Os autores utilizaram como fonte, a aplicação de instrumentos como questionários, entrevistas semiestruturadas, coleta de dados em sites de relacionamentos sociais e web sites em geral, não obstante, realizaram observações no estádio do clube e pesquisa bibliográfica.

Santos e Monastirsky (2012) constataram que o Operário Ferroviário Esporte Clube representa o cidadão e o cidadão se sente representado e realizado por ele. O clube ainda, se configura como um elemento que ajuda na construção de uma coesão entre os munícipes, sendo um patrimônio cultural da cidade, pois, está imerso em um simbolismo profundo, auxiliando na construção da identidade e no modo de ser pontagrossense.

Vasconcelos (2011) em sua dissertação estudou o perfil do “torcedor misto”. De acordo com o autor, o “torcedor misto” pode ser definido como o indivíduo que torce por um time de seu estado e por outro localizado em uma região diferente. Em sua pesquisa,

o autor objetivou compreender algumas das situações sociais, históricas e subjetivas que estimulam o advento deste perfil de torcedor, tomando como recorte a Região Nordeste.

Vasconcelos (2011) identificou grupos de torcedores, os quais são contrários (anti-mistos) ao modo de torcer do “torcedor misto”. Analisando o futebol brasileiro como um campo (Bourdieu), constatou que os times que detém os maiores volumes dos principais tipos de capitais, sendo eles, o político, o econômico e o simbólico, ocupam a condição de dominante nesse espaço. Dessa forma, os clubes dominantes, se tornam mais atraentes aos fãs do futebol, os quais veem uma possibilidade de obter reconhecimento e distinção, através da escolha do time para torcer.

Ao propor esta pesquisa sobre o campo futebolístico, corrobora-se com a ideia de Damo (1998) o qual aponta ser um grande desafio segmentar sua magnitude, enquanto um fenômeno social e cultural. Devido suas diversas maneiras de se manifestar na sociedade brasileira e o alto grau de entrelaçamento e interferência no cotidiano dos cidadãos, é necessário escolher um aspecto do futebol para visualizá-lo, sem deixar-se esquecer de sua totalidade.

Vale salientar que como se trata da temática futebol, um assunto que permeia o cotidiano dos brasileiros, torna-se comum que uma série de “chutes” e “palpites” sejam dados todos os dias, nos mais diferentes ambientes, mesmo no espaço acadêmico, muitas pessoas afirmam categoricamente sobre determinados acontecimentos que envolvem este esporte, sem terem estudos realizados. Desta maneira, muitas vezes as respostas são dadas de formas simplistas e reducionistas.

A partir deste pressuposto, a ideia deste trabalho é abordar aspectos relacionados ao gosto do indivíduo pelo time de futebol. Neste sentido, quando compreendemos os motivos que levam alguém a gostar e identificamos os elementos que influenciam nesse processo, passa-se a ter parâmetros e indícios os quais permitem-nos compreender uma parte significativa do comportamento humano.

Desta forma, por entender o futebol como um fenômeno de interface social e cultural, não opositor a sociedade no qual está inserido, emerge a seguinte questão nesta pesquisa: Quais fatores podem influenciar o indivíduo de dez anos de idade, da cidade de Telêmaco Borba – Paraná, na definição de sua identidade clubística?

Assim, estabeleceu-se como objetivo geral do presente estudo “identificar e analisar os possíveis fatores que influenciam o indivíduo de dez anos de idade, da cidade de Telêmaco Borba – Paraná, na definição de sua identidade clubística. Visando alcançar o objetivo geral, estabeleceu-se os seguintes objetivos específicos: a) Verificar as

diferentes abordagens teóricas, metodológicas que estão sendo utilizadas nos estudos que estão estabelecendo a identidade e o pertencimento clubístico como objeto científico, demonstrando possíveis lacunas e possíveis avanços que a presente dissertação pode alcançar, bem como, localizar os autores, de quais locais produzem e em quais locais publicam; b) Identificar os elementos que constituem a identidade a partir da teoria elisiana; c) Entender como se dá a relação entre identidade e pertencimento clubístico; d) Compreender como a globalização tem influenciado na construção das identidades clubísticas;

No que se refere a justificativa da presente pesquisa, a mesma se pauta partir de três pilares distintos, porém interdependentes. O primeiro pelo ineditismo do estudo, por valer-se da análise quanti-qualitativa, o que possibilita revelar dados com uma maior riqueza. O segundo, pelo entendimento de que o futebol é um fenômeno social e cultural, de significância local e global nos dias atuais, atuando como um elemento construtor de identidades e o terceiro, pelo fato do PPGCSA incentivar estudos (dissertações/teses) de âmbito local e regional.

Sobre o modelo adotado na presente dissertação, seguirá em conformidade ao modelo designado como “Escandinavo” ou “Dissertação por Artigos”. Neste modelo, sua estrutura será formada por um “conjunto” de textos em formatos de artigos.²

Nesta perspectiva, após a introdução, a presente dissertação apresentará um artigo do tipo “Estado do Conhecimento”, o qual terá como fontes, artigos a partir das seguintes bases de dados: Lilacs, Portal de Periódico Capes, Scielo e Scopus, tendo como recorte temporal os anos de 2013 a 2018.

O segundo artigo terá como base de discussão a identidade a partir da teoria elisiana, perpassando seus principais conceitos e apontando a importância das primeiras experiências para as decisões futuras.

O terceiro artigo será pautado na discussão sobre futebol e a globalização. Será apresentado uma breve contextualização do engajamento do fenômeno da globalização sobre o futebol e posteriormente, como este tem impactado na construção de “novas possibilidades” de identificação clubística.

Posteriormente, será construído um capítulo intitulado resultados e discussão, no qual será apresentado de forma organizada e discutido os resultados empíricos obtidos

² Ressalta-se que ao definir o modelo de estrutural da presente dissertação, identificou-se a ausência de um padrão, inclusive no que se refere ao nome, pois, em algumas instituições o modelo proposto é conhecido como “Escandinavo” e em outras como “Dissertação por Artigos”.

durante a pesquisa. Por último, será realizada as considerações finais sobre a pesquisa, os principais avanços para a temática e limites da mesma.

2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O presente tópico tem por objetivo, apresentar como o problema da pesquisa foi abordado empiricamente, descrevendo detalhadamente todo o percurso adotado na presente pesquisa.

2.1 CARACTERIZAÇÃO DO ESTUDO

A caracterização do presente estudo está pautada em Gil (2008). Nesse sentido, o autor a distingue como uma pesquisa de campo do tipo levantamento. Essa modalidade de pesquisa, está delineada pelo questionamento direto as pessoas, cujo comportamento deseja-se saber. Nesse sentido:

Basicamente, procede-se à solicitação de informações a um grupo significativo de pessoas acerca do problema estudado para em seguida, mediante análise quantitativa, obter as conclusões correspondentes dos dados coletados. (GIL, 2008, p. 55).

Nas pesquisas do tipo levantamento, quase nunca são pesquisados todos os integrantes da população. Por conseguinte, adota-se o procedimento estatístico, mediante uma amostra significativa de todo o universo. Posteriormente, as conclusões são obtidas por amostra e projetadas para todo o universo, levando-se em conta a margem de erro, a qual é obtida por meio do cálculo estatístico.

Segundo Gil (2008), muitos pesquisadores prestigiam a pesquisa social do tipo levantamento por amostra. Para tanto, sabe-se que ela, como qualquer outro tipo de pesquisa, apresenta vantagens e limitações. Como principais vantagens, Gil organiza da seguinte forma:

- a) Conhecimento direto da realidade. À medida que as próprias pessoas informam acerca de seu comportamento, crenças e opiniões, a investigação torna-se mais livre de interpretações calcadas no subjetivismo dos pesquisadores.
- b) Economia e rapidez. Desde que se tenha uma equipe de entrevistadores, codificadores e tabuladores devidamente treinados, torna-se possível a obtenção de grande quantidade de dados em curto espaço de tempo. Por outro lado, quando os dados são obtidos mediante questionários, os custos tornam-se relativamente baixos.
- c) Quantificação. Os dados obtidos mediante levantamentos podem ser agrupados em tabelas, possibilitando a sua análise estatística. As variáveis em estudo podem ser codificadas, permitindo o uso de correlações e outros procedimentos estatísticos. À medida que os levantamentos se valem de amostras probabilísticas, torna-se possível até mesmo conhecer a margem de erro dos resultados obtidos. (GIL, 2008, p. 57).

Dentre as principais desvantagens, o autor indica que:

a) Ênfase nos aspectos perspectivos. Os levantamentos recolhem dados referentes à percepção que as pessoas têm acerca de si mesmas. Ora, a percepção é subjetiva, o que pode resultar em dados distorcidos. Há muita diferença entre o que as pessoas fazem ou sentem e o que elas dizem a esse respeito. Existem alguns recursos para contornar este problema. É possível, em primeiro lugar, omitir as perguntas que sabidamente a maioria das pessoas não sabe ou não quer responder. Também se pode, mediante perguntas indiretas, controlar as respostas dadas pelo informante. Todavia, estes recursos, em muitos dos casos, são insuficientes para sanar os problemas considerados. b) Pouca profundidade no estudo da estrutura e dos processos sociais. Mediante levantamentos é possível a obtenção de grande quantidade de dados a respeito dos indivíduos. Como, porém, os fenômenos sociais são determinados sobretudo por fatores interpessoais e institucionais, os levantamentos mostram-se pouco adequados para a investigação profunda desses fenômenos. c) Limitada apreensão do processo de mudança. O levantamento, de modo geral, proporciona uma visão estática do fenômeno estudado. Oferece, por assim dizer, uma espécie de fotografia de determinado problema, mas não indica suas tendências à variação e muito menos as possíveis mudanças estruturais. Como tentativa de superação dessas limitações, vêm sendo desenvolvidos com frequência crescente os levantamentos do tipo painel, que consistem na coleta de dados da mesma amostra ao longo do tempo. Muitas informações importantes têm sido obtidas mediante esses procedimentos, particularmente em estudos sobre nível de renda e desemprego. Entretanto, os levantamentos do tipo painel apresentam séria limitação, que é a progressiva redução da amostra por causas diversas, tais como mudança de residência e fadiga dos respondentes. (GIL, 2008, p. 57)

A partir dos objetivos estabelecidos para a pesquisa, optou-se pela utilização da técnica do tipo survey para o desenvolvimento e aplicação do estudo. De acordo com Babbie (2003) os surveys podem ser utilizados para estabelecer enunciados descritivos sobre determinada população. Desta forma, é possível descobrir como ocorre uma dada distribuição de traços e também, atributos. Ainda de acordo com o autor, o survey possui uma série de aspectos, os quais caracterizam-no, sendo eles: a característica “lógica”, a característica “determinística”, a característica “geral”, a característica “parcimoniosa” e a característica “específica”.

Desta forma, verifica-se a técnica do tipo survey enquanto característica “lógica”, a partir dos dados que surgem e a partir destes é facilitado o uso do pensamento lógico. Neste sentido, Babbie (2003) indica que a utilização da técnica do tipo survey pelos pesquisadores, permite que os mesmos, realizem testes de cunho rigoroso de tais explicações lógicas. Por conseguinte, permite também a checagem de centenas de entrevistas de survey e, não obstante, verificar as proposições complexas de diversas variáveis.

Enquanto uma característica “determinística” Babbie (2003) relaciona ao instante em que o pesquisador se dedica para decodificar as fontes, os eventos, bem como as correlações que foram observadas no decorrer da construção da pesquisa. Desta forma, o survey potencializa a elaboração de um modelo coerente que demonstra de maneira clara o determinismo entre a causa e o efeito. (BABBIE, 2003).

O survey enquanto uma característica “geral”, está pautado em ao invés do pesquisador coletar todo universo de indivíduos, estipula-se uma parte. Para Babbie (2003) o survey de característica “geral” possui aspectos amostrais, porém não são realizados visando descrever a parte particular estudada e sim, compreender aspectos da população maior da qual foi inicialmente selecionada. O autor complementa que o survey de característica “geral” possibilita que os achados possam ser replicados entre os diversos subconjuntos da amostra estabelecida. E, não obstante, permite a partir de um relato minucioso da metodologia, réplicas posteriores realizadas por outros pesquisadores. (BABBIE, 2003).

Sobre a característica “parcimoniosa”, Babbie (2003) indica que os pesquisadores que utilizam o survey, acabam por obter um grande volume de variáveis, as quais os cientistas examinam cautelosamente a relevância relativa de cada uma. Por conseguinte, os pesquisadores que utilizam o survey preferem obter um maior volume de compreensão, mas com o menor número de variáveis. Porém, pela utilização do survey, obtêm-se um grande número de variáveis, as quais podem ser armazenadas no computador e posteriormente, organizadas em modelos explicativos, os quais os pesquisadores utilizarão de acordo com suas metas.

Relacionado a característica “específica”, Babbie (2003) aponta que o pesquisador que se utiliza do survey, vai realizar determinada pesquisa e vai obter determinada variável, a partir de dados específicos, através de um instrumento específico, que foi tabulado de forma específica e obtendo resultados específicos. A partir de todas estas especificações apontadas no relatório, leitores poderão estabelecer críticas, indicando que o processo descrito não foi aprofundado, neste sentido, a conclusão do trabalho é superficial e sem fundamento. Assim, os estudos científicos devem conter conceituações cada vez mais aperfeiçoadas e atualizadas, porém, em cada estágio tudo deve ser muito bem especificado. Não obstante, o survey apresenta a natureza muito própria, no que se refere as especificações.

No que se refere aos desenhos básicos do survey, entende-se que a presente pesquisa é adota o desenho básico conhecido como “survey interseccionais”. Babbie apresenta o desenho básico mencionado anteriormente como:

Num survey interseccional, dados são colhidos, num certo momento, de uma amostra selecionada para descrever alguma população maior na mesma ocasião. Tal survey pode ser usado não só para descrever, mas também para determinar relações entre variáveis na época do estudo. (BABBIE, 2003, p. 107).

Desta forma, ao utilizar o survey interseccional, o mesmo poderá verificar as relações das variáveis num determinado tempo. E, que se o mesmo survey fosse aplicado em outro momento, os resultados obtidos podem ser diferentes, do survey aplicado anteriormente.

2.2 POPULAÇÃO E AMOSTRA

Visando responder a problemática e alcançar o objetivo proposto no presente estudo, estabeleceu-se como fonte de pesquisa, crianças que completaram dez anos de idade no ano de 2018.

Cabe destacar que esta pesquisa teve início no ano de 2015, momento em que foi realizado um estudo piloto, o qual foi aplicado junto a escolares do primeiro, segundo e terceiro Ano do Ensino Médio, na faixa etária de 15 a 17 anos de idade em um colégio público, localizado na região central da cidade de Ponta Grossa.

Para o estudo em questão, foi construído um instrumento do tipo questionário estruturado com 16 questões, sendo dez abertas e seis fechadas. As questões utilizadas no instrumento trataram sobre o time de preferência do escolar, os motivos que levaram a fazer tal escolha, faixa etária aproximada no momento da definição do time para torcer, questões que identificavam os responsáveis por cuidar do escolar no período da definição do time para torcer, nível de escolaridade dos responsáveis, nível socioeconômico, time de preferência e cidade de origem dos responsáveis pelo escolar. Ainda, fomentou-se questões que objetivaram identificar se aluno, em algum momento, trocou de time nacional e qual a razão da troca, se torcia por algum time europeu, qual jogador pode ser considerado o melhor no futebol e se o professor de Educação Física exerceu ou não alguma influência para escolha do time do “coração”. Entende-se que a partir dessas questões, tornaram-se possível identificar elementos significantes no que tange a

construção de uma identidade e pertencimento clubístico por parte dos indivíduos pesquisados.

O estudo contou com um universo de 272 sujeitos e teve a amostra de 239 escolares. Participaram do estudo apenas os indivíduos que devolveram o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) assinado corretamente pelo responsável. Após a aplicação do instrumento, organização, tabulação dos dados, os resultados obtidos forneceram indicativos, os quais foram utilizados como elementos norteadores para a continuação desta pesquisa no mestrado, devido à ausência de estudos que discutam a construção do gosto pelo time de futebol.

Assim, a partir dos resultados encontrados, observou-se que 40% dos escolares indicaram que a escolha do time de futebol para torcer ocorreu por volta dos dez anos de idade. Não obstante, identificou-se que anterior a idade supracitada, existe uma tendência de a criança mudar de time e que próximo ou posterior a esta, há uma diminuição na mudança, justificando dessa forma a realização do presente estudo com crianças na faixa etária dos dez anos.

A partir dos dados coletados e da argumentação apresentada anteriormente, objetivou-se dar sequência ao estudo com os indivíduos que completaram dez anos em 2018 e são moradores da cidade de Ponta Grossa. Assim, identificou-se que os sujeitos que se encontram na faixa etária acima mencionada frequentam o quinto ano do Ensino Fundamental da Rede Municipal de Educação.

Após a identificação dos sujeitos do estudo, foi dada sequência e entrou-se em contato com a Secretaria Municipal de Educação (SME) do município de Ponta Grossa com os seguintes documentos: projeto de pesquisa, carta de apresentação do pesquisador, certidão de matrícula acadêmica junto ao Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais Aplicadas (PPGCSA) da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG), modelo de instrumento que seria aplicado juntos aos escolares, modelo de TCLE, documentos pessoais (RG, CPF, comprovante de residência e carteira estudantil).

Em um segundo momento, os documentos acima citados foram protocolados junto ao Departamento de Atendimento ao Cidadão, identificado e registrado como processo nº 3310147/2017, o qual foi encaminhado para SME, solicitando a permissão de entrada ao campo para iniciar a coleta de dados. Ressalta-se que o documento de autorização para a entrada no campo de pesquisa é uma das exigências do Comitê de Ética e Pesquisa.

Portanto, sem o referido documento, é impossível dar continuidade a submissão do projeto de pesquisa, junto ao Comitê via Plataforma Brasil³.

Após seis meses, a SME através da figura da secretária responsável pela pasta, decidiu por indeferir o pedido. A justificativa apresentada, foi que o estudo não interessava, pois, em nenhum momento fomentaria benefício algum para a SME e que a entrada nas escolas, mesmo que com um agendamento prévio com a equipe diretiva e pedagógica da instituição de ensino, somente atrapalharia o desenvolvimento das atividades pedagógicas planejadas da escola. Através do indeferimento, entende-se que tal atitude reforça uma visão preconceituosa e limitada que se tem do fenômeno esporte, mais especificamente da potencialidade do futebol enquanto um elemento que permite compreender os acontecimentos sociais.

Por consequência do indeferimento por parte da SME do município de Ponta Grossa, a pesquisa teve que ser replanejada e nesse sentido, definiu-se um novo local para coleta de dados, sendo a cidade de Telêmaco Borba. Para a escolha da cidade, foram estabelecidos alguns critérios como: - estar localizada na Região dos Campos Gerais, estar localizada na mesma mesorregião que Ponta Grossa e ter o aceite por parte da SME para a coleta dos dados. A partir dos critérios estabelecidos, definiu-se a cidade de Telêmaco Borba para a coleta de dados, pois, a mesma se encontra localizada geograficamente na Região dos Campos Gerais e pertence a mesma Mesorregião que Ponta Grossa, conhecida como Centro Oriental Paranaense.

Ressalta-se que a fundação da cidade de Telêmaco Borba, está intimamente ligada a instalação da Indústria Klabin do Paraná Papel e Celulose S/A. Enquanto ainda era denominada de Cidade Nova, ocorreu entre os anos de 1960 e 1964 discussões sobre a possibilidade de emancipação do município de origem, Tibagi. Tal fato ocorreu em 21 de março de 1964, dando origem ao município de Telêmaco Borba. Como panorama geral, de acordo com o censo de 2010, Telêmaco Borba apresentou uma população de 69.872 pessoas e no ano de 2018 estima-se uma população de aproximadamente 78.135 pessoas. Destaca-se que no ano de 2016, o salário médio mensal era de 3.2 salários mínimos, ocupando a 6ª colocação quando comparado com municípios do Estado do Paraná, possui uma taxa de escolarização de 98,4% entre os indivíduos de seis a 14 anos de idade. Ainda, Telêmaco Borba tem na sua economia um PIB per capita de 44278,00. (IBGE, 2018). Não obstante, Telêmaco Borba é rodeada por uma floresta com árvores de pinus e

³ Plataforma Brasil: http://portal2.saude.gov.br/sisnep/Menu_Principal.cfm.

eucalipto, as quais são destinadas à produção de papel e celulose da indústria madeireira. Destaca-se que o município comporta diversas indústrias madeireiras, as quais elevam o município a 6º maior polo Industrial do Paraná. Para além, o Parque Industrial abrange mais de 80 empresas, resultando num montante de mais de 2.500 empregos nos mais diversos segmentos.

Desta forma, justifica-se os critérios elencados para a escolha da cidade, a partir dos objetivos estabelecidos pelo PPGCSA, o qual incentiva a pesquisa e intervenção na realidade, bem como, a contribuição da construção e socialização de conhecimentos sobre as diversas expressões da questão social, elevação do nível cultural da população que vive processos de exclusão social, econômica, política e cultural que estão relacionadas à região em que se situa a UEPG.

Por conseguinte, verificou-se a população e posteriormente, definiu-se a amostra do presente estudo. O conceito de população é definido por Gil (2008, p. 88) como, “[...] conjunto definido de elementos que possuem determinadas características”. O mesmo autor, define amostra como “Subconjunto do universo ou da população, por meio do qual se estabelecem ou se estimam as características desse universo ou população”. (GIL, 2008, p. 89).

Desta forma, verificou-se que a população do presente estudo é composta por 955 indivíduos. Partindo deste pressuposto, definiu-se um intervalo de confiança de 95% e margem de erro de 5%, totalizando uma amostra de 275 indivíduos⁴.

2.3 INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

A construção do instrumento utilizado na presente pesquisa, teve como ponto de partida o instrumento utilizado no estudo piloto (2015), o qual teve partes dos resultados publicados (LINHARES et. al., 2017) e (LINHARES; FREITAS JUNIOR, 2018) em eventos científicos. Para o estudo piloto, o instrumento fomentado, foi constituído por 16 questões, sendo nove questões fechadas e sete questões abertas, as quais tratavam sobre diversos aspectos sociais dos participantes do estudo e desta forma, utilizou-se as categorias que emergiram para fomentar a construção do instrumento utilizado na presente pesquisa.

⁴ Para a realização do cálculo amostral, utilizou-se os escritos de GIL, 2002, o qual apresenta a fórmula para o cálculo amostral para populações finitas. Cf. GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas S. A., 2008. 200 p.

Neste sentido, o instrumento do tipo questionário estruturado (Apêndice A) foi composto por dez questões fechadas, as quais abordam os seguintes aspectos:

- a) Time que o indivíduo torce;
- b) Motivo que o levou a torcer pelo time;
- c) Como o indivíduo acompanha o time de futebol
- d) Se o indivíduo já torceu por outro time de futebol e o motivo pelo qual mudou;
- e) Quem são os responsáveis por cuidar do indivíduo
- f) Time do pai ou responsável;
- g) Time da mãe ou responsável;
- h) Time que seu melhor amigo torce;
- i) Time do exterior que o indivíduo torce;
- j) Melhor jogador da atualidade para o indivíduo;

Ressalta-se que as questões fomentadas estão dispostas em quatro categorias, sendo elas: 1) Identidade (a); 2) Valores (b); 3) Manutenção da identidade (c-d) e 4) Influência no *habitus* identitário (e-f-g-h-i-j).

2.4 PROCEDIMENTOS DE ANÁLISE

Posteriormente a coleta dos dados, tendo como base os desígnios de Bardin (2016) realizou-se a organização e análise dos mesmos. Neste sentido, a organização e análise dos dados seguiu as seguintes fases: a) a pré-análise; b) a exploração do material; c) o tratamento dos resultados e d) a inferência e a análise dos dados. As quais serão apresentadas na sequência.

2.4.1 Pré-análise

A pré-análise, é literalmente a primeira fase no que se refere a organização do material para as fases subsequentes. De acordo com Bardin, a pré-análise pode ser definida da seguinte forma:

É a fase de organização propriamente dita. Corresponde a um período de intuições, mas tem por objetivo tornar operacionais e sistematizar as ideias iniciais, de maneira a conduzir a um esquema preciso do desenvolvimento das operações sucessivas, num plano de análise. Recorrendo ou não ao computador, trata-se de estabelecer um programa que, podendo ser flexível (quer dizer, que permita a introdução de novos procedimentos no decurso da análise), deve, no entanto, ser preciso. (BARDIN, 2016, p. 125).

Ainda de acordo com a autora, a fase da pré-análise possui três tarefas, sendo elas: a) a escolha dos documentos a serem submetidos à análise; b) a construção de hipóteses e objetivos; c) elaboração de indicadores que fundamentem a interpretação final. (BARDIN, 2016).

Desta forma na primeira tarefa, os documentos submetidos a análise foi o instrumento do tipo questionário estruturado, o qual foi aplicado nos sujeitos participantes da presente pesquisa. Nesta etapa realizou-se, o que Bardin (2016) define como leituras flutuantes, a qual consiste na primeira atividade em que o pesquisador tem o primeiro contato com os documentos a serem analisados.

Na segunda tarefa, optou-se por não estabelecer hipótese. Relacionado aos objetivos, os mesmos foram pré-determinados em relação à escolha dos documentos a serem analisados.

Na terceira tarefa, definiu-se como índices e indicadores a menção explícita – seja um tema ou palavra – feita pelo sujeito participante do presente estudo. Desta forma, entende-se que quanto mais o tema ou a palavra aparecer, mais significativa e representativa é para o grupo estudado.

2.4.2 Exploração do material

De acordo do Bardin (2016, p. 131), na fase de exploração do material, nada mais “[...] é do que a aplicação sistemática das decisões tomadas. Quer se trate de procedimentos aplicados manualmente ou de operações efetuadas por computador, o decorrer do programa completa-se mecanicamente”. Desta forma, o material foi sendo organizado, tabulado e os dados repassados em uma planilha do tipo Microsoft Office Professional 2016.

2.4.3 Tratamento dos resultados obtidos

Para Bardin (2016) é neste momento que o resultado bruto é lapidado para que se tornem significativos. Desta forma:

Os resultados brutos são tratados de maneira a serem significativos (“falantes”) e válidos. Operações estatísticas simples (percentagens), ou mais complexas (análise fatorial), permitem estabelecer quadros de resultados, diagramas, figuras e modelos, os quais condensam e põem em relevo as informações fornecidas pela análise. (BARDIN, 2016, p. 131).

Após todo o árduo e complexo processo de maturação dos dados brutos, o pesquisador, ao obter números ou resultados significativos, tem a missão de propor inferências e, não obstante adiantar interpretações articulando-as com os objetivos estabelecidos para a pesquisa. Desta forma, após tabulação dos dados, optou-se por organizá-los através de gráficos, para melhor visualização dos resultados obtidos.

2.4.4 Inferência e análise dos dados

Após a execução dos processos de coleta, organização e tabulação dos dados, deu-se início a etapa de inferência e análise dos dados. Desta forma, optou-se por realizar a análise a partir de uma abordagem “mista” utilizando tanto a perspectiva quantitativa, como a qualitativa.

Para Bardin (2016) pode-se entender a abordagem quantitativa como algo que está alicerçada na frequência de aparição de determinados elementos da mensagem. Por ela, os dados descritivos são obtidos por meio de método estatístico e, portanto, sua análise possui características mais objetiva, fiel e, por conseguinte, mais exata. Evidenciam categorias encontradas a partir da elevada frequência.

Já na abordagem qualitativa, Bardin (2016) argumenta que a mesma, não está pautada somente na frequência de aparição, pois, possui característica de um procedimento voltado para o lado mais intuitivo, maleável, bem como, adaptável. Bardin (2016) indica que a abordagem qualitativa é constituída por algumas características como: sua validade voltada para construção de deduções específicas sobre determinado acontecimento ou alguma variável de inferência, possui funcionalidade sobre o corpus reduzido e estabelece categorias mais discriminantes.

Embora apresentem aspectos diferentes e por consequência, seus “movimentos” se configurem como distintos, entende-se que ambas as abordagens podem se complementar e neste sentido, tornar a análise dos dados mais aprofundada e consequentemente rica.

2.5 PROCEDIMENTOS ÉTICOS

Relacionado aos procedimentos éticos, optou-se, em um primeiro momento, por entrar em contato com a secretária responsável pela pasta da Educação do município de

Telêmaco Borba. Neste sentido, agendou-se uma reunião para apresentar o projeto e a proposta de pesquisa.

Na reunião, além do projeto, foi entregue os seguintes documentos: carta de apresentação do pesquisador, certificado de matrícula, cópia do TCLE (apêndice B), cópia do instrumento de pesquisa (questionário) e cópia de documentos pessoais. Após a reunião, a secretária se comprometeu em conversar com a Chefe de Divisão de Planejamento de Ensino e Aperfeiçoamento, sobre a viabilidade da realização da pesquisa e posteriormente comunicar sobre a autorização ou não do prosseguimento do estudo.

O contato por parte da SME de Telêmaco Borba ocorreu por telefone e posteriormente, os responsáveis encaminharam via e-mail um ofício, o qual autorizava a entrada no campo de pesquisa e, por conseguinte, a continuação do estudo.

Neste sentido, em posse do ofício, o mesmo foi submetido em conjunto com o projeto de pesquisa, carta de apresentação do pesquisador, certificado de matrícula, cópia do TCLE, cópia do instrumento de pesquisa (questionário) e cópia de documentos pessoais junto à Plataforma Brasil, o qual foi apreciado e aprovado pelo Comitê de Ética e Pesquisa da Universidade Estadual de Ponta Grossa, conforme designação da Plataforma Brasil, sob o número do CAAE: 90216318.0.0000.0105.

Posteriormente, em posse do documento de aprovação por parte do Comitê de Ética, encaminhou-se o mesmo para a SME de Telêmaco Borba e marcou-se outra reunião para estabelecer a logística de coleta de dados. Após a definição da logística, a SME de Telêmaco Borba entrou em contato com as equipes diretivas das escolas e posteriormente realizou-se visitas nas mesmas.

O objetivo das visitas foi em um primeiro momento, apresentar o projeto para a diretora e equipe pedagógica da instituição escolar, agendar data de retorno à escola para aplicação do instrumento, explicar e distribuir o TCLE para que os sujeitos participantes do estudo entregassem para seus pais ou responsáveis, para que os mesmos autorizassem ou não, a participação dos menores na pesquisa.

O retorno para aplicação do instrumento ocorreu na data previamente agendada. Participaram do preenchimento do questionário, somente os sujeitos que devolveram o TCLE preenchido corretamente pelos seus pais ou responsáveis. Aqueles que não devolveram, que os pais/responsáveis não autorizaram ou que não compareceram à instituição no dia da aplicação, foram excluídos do estudo.

3 IDENTIDADE E PERTENCIMENTO CLUBÍSTICO: UM “ESTADO DO CONHECIMENTO” (2013-2018)

No decorrer do tempo, a produção e divulgação do conhecimento científico têm se tornado mais rápida e dinâmica, principalmente com advento da internet, que por ventura, acabou facilitando o acesso as diferentes produções acadêmicas científicas (artigos, teses, dissertações, trabalhos em eventos científicos, livros e etc.).

Neste sentido, se por um lado, têm-se a facilidade por encontrar as produções sobre determinada temática, por outro, realizar o levantamento dessas é uma empreitada complexa, sobretudo pelo volume de produções publicadas e as diversas possibilidades que podem ser adotadas no decorrer do processo.

Para tanto, quando o pesquisador objetiva construir um mapeamento e sistematização de parte ou de todo material publicado sobre alguma temática ou área do conhecimento científico, entende-se que o mesmo deve estabelecer para esta tarefa, critérios claros e muito bem definidos. Por conseguinte, faz-se necessário utilizar como “ferramenta”, procedimentos que possam viabilizar este tipo de estudo. Desta forma, verifica-se como possíveis encaminhamentos a serem percorridos pelo pesquisador, os estudos do tipo “Estado da Arte” (EA) e o “Estado do Conhecimento” (EC).

De acordo com Romanowski (2002) esses tipos de estudos vão ganhando importância a partir do momento que contribuem para a evolução da ciência, pois, muito mais que apenas apresentar as produções, os EA e EC, servem para analisar, organizar, categorizar, identificando diferentes aspectos, tais como, os enfoques estabelecidos, as diferentes abordagens e concepções utilizadas, locais que são construídos, locais que são publicados os estudos, os temas atuais e significativos, os discursos que permeiam, as lacunas existentes, entre outros. Ainda, no que se refere as possibilidades que a construção dos EA e dos EC permitem, autoras como Romanowski e Ens (2006) apontam que:

A realização destes balanços possibilita contribuir com a organização e análise na definição de um campo, uma área, além de indicar possíveis contribuições da pesquisa para com as rupturas sociais. A análise do campo investigativo é fundamental neste tempo de intensas mudanças associadas aos avanços crescentes da ciência e da tecnologia (ROMANOWSKI; ENS, 2006, p. 38-39).

As autoras prosseguiram em seus argumentos indicando que as intensas modificações que ocorrem em determinado campo de estudo, geram uma série de inquietações e a partir destas, é possível inferir a necessidade da construção dos mapeamentos e o que se pretende atingir com os mesmos (ROMANOWSKI; ENS, 2006).

Não obstante, os estudos do tipo EA e EC colaboram no sentido de compreender determinado conhecimento já produzido, acumulado e sistematizado, além disso, resgata e condensa determinada produção acadêmica (TEIXEIRA, 2006), sendo reconhecidos:

[...] por realizarem uma metodologia de caráter inventariante e descritivo da produção acadêmica e científica sobre o tema que busca investigar, à luz de categorias e facetas que se caracterizam enquanto tais em cada trabalho e no conjunto deles, sob os quais o fenômeno passa a ser analisado. (FERREIRA, 2002, p. 258).

No que se refere aos modelos de produção dos tipos EA e EC, faz-se necessário apontar que em determinado momento, ambos eram tratados como sinônimos. Porém hoje, embora ambos possuam pontos de intersecção, o que se tem de entendimento é que o EA e EC são modelos que se distinguem, seja pela amplitude, seus objetivos ou mesmo conceitos e definições.

Desta forma, compreende-se que os EA estão inseridos em uma perspectiva na qual o pesquisador pretende abranger toda uma área de conhecimento (ROMANOWSKI; ENS, 2006). Ou seja, quando se objetiva um EA, faz-se necessário que o pesquisador se debruce sobre todos os aspectos que geraram determinada produção e isto inclui consultar dissertações, teses, monografias, produções em congressos, publicações em periódicos e etc., dentro de um recorte temporal.

Não obstante, para os estudos do tipo EC, compreende-se que os mesmos têm por perspectiva realizar um mapeamento de uma parte ou um de determinado nível do setor de publicações sobre o tema que será investigado, a partir de um recorte temporal, valorizando a descoberta do inédito.

Corroborando com a ideia citada anteriormente, Morosini e Fernandes (2014) e Morosini (2015), entendem que o EC é a identificação, registro, categorização que resultem à reflexão, bem como, síntese sobre uma determinada produção científica de uma área em um específico espaço de tempo e local. Ainda de acordo com as autoras, o *corpus* para a construção do mapeamento pode ser realizado a partir de bases de teses e dissertações, eventos e congressos da temática estudada, periódicos e bases de dados. Assim, após a apresentação de semelhanças e diferenças, optou-se por realizar um EC sobre “futebol, identidade e/ou pertencimento clubístico”, o qual em um primeiro momento, foi utilizado como estratégia e ferramenta metodológica para identificar algumas relações que se estabelecem com o objeto da presente pesquisa e em um segundo

momento, foi construída uma revisão crítica a partir das produções encontradas. As autoras Mancini e Sampaio (2006) definem revisão crítica como:

Revisão crítica da literatura, também conhecida como estudos de revisão passiva (sintetizam estudos sobre um tema) ou revisões opinativas (analisam a evidência existente sobre um assunto), são estudos nos quais os autores resumem, analisam e sintetizam as informações disponibilizadas na literatura, mas não seguem necessariamente uma metodologia pré-definida. Uma revisão crítica da literatura pode ser desenvolvida sobre temas variados. (MANCINI; SAMPAIO, p. 1, 2006).

Neste sentido, o presente artigo foi objetivado em verificar como têm sido produzidos os estudos sobre “identidade e pertencimento clubístico”, quais locais estudados, onde são publicados, quais os objetivos propostos nos estudos, quais as abordagens teóricas e metodológicas que estão sendo adotadas, quem são os intelectuais que abordaram a temática e quais as possíveis lacunas que emergem dos estudos encontrados.

Justifica-se a incorporação desta reflexão na dissertação, pelo fato da mesma proporcionar um panorama geral da produção da temática em um determinado espaço e recorte temporal, assim, pode-se identificar possíveis avanços e contribuições que o presente estudo trará para a temática.

3.1 PROCEDIMENTOS UTILIZADOS NA CONSTRUÇÃO DO EC

A presente seção objetiva apresentar as fases que foram adotadas para a efetivação do EC. Desta forma, definiu-se oito indicativos das etapas, as quais serviram como elementos norteadores para construção do presente texto.

- a) Localizar as fontes e estabelecer o recorte temporal;
- b) Definir palavras-chaves;
- c) Estabelecer critérios de inclusão e exclusão das fontes;
- d) Coletar as fontes;
- e) Analisar as fontes;
- f) Organizar relatório de estudo, identificando tendências das produções;
- g) Construir análise, elaboração das inferências e conclusões preliminares;

A partir das etapas mencionadas anteriormente, definiu-se como fonte do presente EC, artigos dentro da seguinte baliza temporal 2013 a 2018, a partir das palavras-chave

“Futebol” AND “Identidade”, “Soccer” AND “Identity”, indexados nas seguintes bases de dados:

- a) LILACS⁵;
- b) Scietific Electronic Library Online – SCIELO⁶;
- c) Scopus⁷;
- d) Portal de Periódicos CAPES/MEC⁸;

Justifica-se a escolha deste tipo de fonte em conjunto com a baliza temporal, pois, entende-se que tais produções se configuram como recentes e atualizadas dentro do campo de produção científica da temática estudada.

3.2 COLETA DAS PRODUÇÕES CIENTÍFICAS DO EC

Após a definição das fontes, bases de dados, palavras-chave e baliza temporal, realizou-se o procedimento de busca e coleta das produções. De maneira quantitativa, observou-se o seguinte panorama das produções encontradas:

TABELA 1 - Panorama do número de produções encontradas nas bases de dados consultadas

Base de dados	Nº de produções encontradas
LILACS	46
Portal de periódicos Capes	252
SCOPUS	04
Scientific Electronic Library – Scielo	21
Total	323

Fonte: O autor.

No decorrer das buscas por meio das bases de dados definidas, verificou-se que emergiram um total de 323 estudos. Para tanto, com objetivo de analisar as fontes, optou-se por utilizar procedimentos advindos da Análise de Conteúdo proposto por Bardin (2016), sendo eles:

- a) Pré-análise;
- b) Exploração do material;
- c) Tratamento dos resultados, inferência e interpretação;

A pré-análise que de acordo com Bardin (2016), pode ser entendida como a fase de organização do material, é nesta que ocorre a escolha do mesmo, o qual será submetido

⁵ Endereço eletrônico LILACS: <http://lilacs.bvsalud.org/>.

⁶ Endereço eletrônico Scientific Electronic Library: <http://www.scielo.org/php/index.php>.

⁷ Endereço eletrônico <https://www.scopus.com/home.uri>.

⁸ Endereço eletrônico Portal de Periódicos CAPES/MEC: <https://www.periodicos.capes.gov.br/>.

à análise. Dando sequência, realizou-se um movimento chamado de leitura flutuante, o qual Bardin (2016) apresenta como uma atividade que:

[...] consiste em estabelecer contato com os documentos, analisar e conhecer o texto deixando-se invadir por impressões e orientações. Esta fase é chamada de leitura “flutuante”, por analogia com a atitude do psicanalista. Pouco a pouco, a leitura vai se tornando mais precisa, em função de hipóteses emergentes, da projeção de teorias adaptadas sobre o material e da possível aplicação de técnicas utilizadas sobre materiais análogos. (BARDIN, p. 126, 2016).

Assim, a partir da leitura flutuante, a qual focou no título, no resumo e nas palavras-chave dos 323 trabalhos encontrados, percebeu-se a existência de série de artigos que tratavam das seguintes temáticas: “identidade de gênero”, “grupos étnicos”, “sexismo”, “atividades de lazer”, “literatura”, “preconceito”, “diversidade cultural”, “imprensa”, “psicologia social”, “masculinidades”, “mídias sociais”, “grupo com ancestrais do continente africano”, “filmes cinematográficos”, “jogos e brinquedos”, “política”, “futebol e identidade nacional”, “futebol e gestão”, futebol e megaeventos” entre outros.

Neste sentido, realizou-se um segundo movimento proposto por Bardin (2016), definido como “escolha dos documentos”. Assim, para realizar a articulação proposta, determinou-se como critério de inclusão e exclusão das fontes, desconsiderar estudos que não tratavam especificamente sobre “futebol, identidade e/ou pertencimento clubístico”. Por conseguinte, identificou-se que seis artigos publicados entre 2013 a 2018 e indexados nas bases definidas, abordaram a temática proposta.

Não obstante, realizou-se um terceiro movimento, o qual Bardin (2016) denomina de “preparação do material”. De acordo com a autora, neste percurso, o material deve ser reunido e preparado de forma formal. (BARDIN, 2016). Desta forma, optou-se por construir uma tabela apresentando as fontes escolhidas (TABELA 2).

TABELA 2 - Artigos publicados que tratam sobre “futebol, identidade e/ou pertencimento clubístico” entre os anos de 2013-2018 (continua)

Artigo	Título	Autor(es)	Ano	Base de dados
A1	Identities dos clubes de futebol: singularidades do FC Barcelona.	RIGO, Luiz Carlos.; TORRANO, Conrad Vilanou.	2013	LILACS

TABELA 3 - Artigos publicados que tratam sobre “futebol, identidade e/ou pertencimento clubístico” entre os anos de 2013-2018 (conclusão)

Artigo	Título	Autor(es)	Ano	Base de dados
A2	Identificação e diferença na construção de identidades culturais de torcedores rivais dos três grandes clubes da cidade do Recife: entre a defesa e o ataque em interações sociais virtuais.	FERREIRA, Bruno Rafael Torres.; LEÃO, André Luiz Maranhão de Souza e PAIVA JÚNIOR, Fernando Gomes de.	2014	Portal de Periódicos Capes
A3	Imagens e representações: As marcas do Sport Clube Corinthians Paulista.	GODOY, Marília Gomes Ghizzi; FARINA, Cuciol Michele.	2014	Portal de Periódicos Capes
A4	“Eu tenho dois amores que em nada são iguais”: A bifiliação clubística no Nordeste.	VASCONCELOS, Artur Alves de.	2014	Portal de Periódicos Capes
A5	Estudio de la identidad grupal de la Barra Brava “La Gloriosa Ultra Sur 34” del club The Strongest	CALDERÓN, Valéria Fernanda Pérez.	2015	Scielo
A6	Digital engagement and social identity of sports fans: the case of premier League teams on facebook	HERRERA, Dagoberto.; VALERIO, Gabriel.; RODRIGUES-ACEVES, Lucía	2018	Portal de Periódicos Capes

Fonte: O autor.

Após a realização dos movimentos que foram estabelecidos para a constituição da pré-análise, passa-se para a segunda fase, denominada de “exploração do material”. (BARDIN. 2016). Nesta, estabeleceu-se como percurso em um primeiro momento, realizar indicativos referentes aos estudos encontrados e em um segundo momento realizar uma síntese dos mesmos.

Desta forma, tendo como referente a tabela 2, observa-se que a maioria dos estudos encontrados apresentam certa característica em comum, pois discutem a questão da “identidade e pertencimento clubístico”, apresentando como referencial um clube de futebol específico.

Assim, de maneira quantitativa visualiza-se as produções na seguinte configuração. Identificou-se que quatro (66,67%) estudos discutem a temática tendo um clube de futebol como elemento central, consequentemente, dois (33,33%) dos estudos

encontrados tratam da temática não estabelecendo relações entre torcedores e um time de futebol específico.

Por conseguinte, de modo qualitativo, as assertivas mencionadas anteriormente, verifica-se a partir das produções elaboradas por Rigo e Torrano (2013), que estudaram aspectos identitários relacionado ao Futbol Club Barcelona da Espanha, Ferreira Leão e Paiva Júnior (2014) que se debruçaram sobre a construção dos mecanismos de identificação e das rivalidades de torcedores de três clubes de futebol de Pernambuco, sendo eles o Clube Náutico Capibaribe, o Santa Cruz Futebol Clube e Sport Clube do Recife, Godoy e Farina (2014) que estudaram de forma multifacetada os sentidos míticos, subjetivos e de identificação com o Sport Club Corinthians Paulista e Calderón (2015) que estudou a constituição dos aspectos identitários, seus processos e expressões de uma torcida organizada, em relação ao The Strongest da Bolívia. Na contramão, encontrou-se uma pesquisa realizada por Vasconcelos (2014), que busca identificar pistas para compreender o advento da bifiliação clubística dos torcedores do Nordeste, nesse sentido, observou-se que o autor não estabeleceu nenhum clube de futebol específico como referência, seguindo esta mesma perspectiva, Herrera e Rodrigues-Aceves (2018) estudaram o envolvimento e o modo de expressão da identidade social de jovens através das redes sociais de torcedores de times pertencentes a Liga Inglesa de Futebol (*Premier League*).

3.3 SÍNTESE DAS PRODUÇÕES COLETADAS

No presente tópico, serão apresentadas as fontes, em perspectiva de síntese, as quais compõem o EC do presente estudo. Desta forma, objetiva-se indicar alguns aspectos dos estudos coletados como a problematização, os objetivos, o método utilizado, os resultados encontrados e a conclusão que os autores chegaram em suas produções. A partir do contexto supracitado, optou-se por estabelecer a ordem de apresentação das fontes, para tanto, utilizou-se do critério de ordem cronológica de publicação.

Dando sequência, iniciou-se pelo estudo realizado por Rigo e Torrano (2013), intitulado “Identidades dos clubes de futebol: singularidades do Futbol Club Barcelona”, publicado pela revista “Movimento”. Os autores iniciam a problematização apontando que diversos trabalhos acadêmicos têm associado Futebol Moderno e identidade em diferentes perspectivas, pois o conceito de identidade, possui uma natureza polissêmica. Desta forma, partem de uma concepção de identidade vinculada a um viés processual,

plural e em movimento. Justificam tal concepção por entenderem que ao pensar em identidade de clubes de futebol, não raro, é possível pautar a nacionalidade dos jogadores, tema qual ganhou notoriedade a partir do caso Bosman e este poderia ser um ponto de partida para uma perigosa consequência de perda de identidade dos clubes de futebol.

Neste sentido, ao pensar o clube de futebol como uma instituição que promove novas formas de pertencimentos clubísticos e não obstante, novas configurações/reconfigurações identitárias, Rigo e Torrano (2013) objetivaram analisar os componentes identitários que constituem e singularizam o Futbol Club Barcelona e por conseguinte, identificar e analisar a presença de jogadores e treinadores estrangeiros junto ao clube mencionado anteriormente, a partir de um recorte temporal da fundação do clube (1889) até o ano de 2010.

Como método, o estudo se caracteriza enquanto uma pesquisa que segue uma perspectiva de Michel Foucault, o qual a classificou como “arque-genealógica”⁹. Os autores indicam que a partir da perspectiva foucaultiana supracitada de estudos históricos, o mesmo percorreu o caminho pautado pelo suporte histórico-bibliográfico (livros, capítulos de livros, artigos acadêmicos, fontes documentais e etc.), que tratam de diversos acontecimentos históricos e sociais relacionados ao Futbol Club Barcelona, dentro do recorte temporal mencionado anteriormente.

Rigo e Torrano (2013) apresentam que a identidade clubística do Futbol Club Barcelona foi sendo construída a partir de um processo histórico que perpassa momentos ditatoriais. Não obstante, a identificação do clube com a Catalunha, se dá pela presença de estrangeiros em sua fundação. Desta forma, não houve uma única etnia ou nacionalidade na construção de tal identidade clubística e isto pode ser verificado através das gerações de jogadores catalães, não catalães e estrangeiros, sendo que o significado de tantas nacionalidades não se mede apenas pelos números, pois, são apenas alguns que se tornam ídolos e possuem lugar de memória no clube.

Rigo e Torrano (2013) realizam suas considerações finais apontando que o Futbol Club Barcelona pode ser visto como uma instituição receptiva, tanto a treinadores, quanto a jogadores de diferentes nacionalidades. Esta perspectiva fomenta a construção de identidades imbricadas em diversos acontecimentos históricos e sociopolíticos. Ainda, os autores indicam que tal identidade se distancia da identidade nacional, pois, a tradição do

⁹ De acordo com Rigo e Torrano (2013), essa concepção afasta-se de uma ideia de história progressiva, que prima pelas origens e volta-se para uma história do "acontecimento", da "descontinuidade", da "emergência" e da "proveniência."

clube catalão, possibilitou que o mesmo congregasse diferentes identidades coletivas, passando a constituir novos pertencimentos clubísticos, transformando-se em um clube global. Os autores ressaltam que a identidade do Futbol Club Barcelona como clube global, foi estruturada sem que abandonasse suas identidades étnico-territoriais. Emergindo dessa forma um ícone do futebol catalão.

O segundo artigo, teve como autoria de Ferreira; Leão e Paiva Júnior (2014) e foi intitulado como “Identificação e diferença na construção de identidades culturais de torcedores rivais dos três grandes clubes da cidade do Recife: entre a defesa e o ataque em interações sociais virtuais”, sendo publicado pela revista “Podium: Sport, Leisure and Tourism Review”.

Na problematização, os autores partem da figura do torcedor de futebol através do seu papel exercido na dinâmica social do clube e as interações que estabelecem com outros torcedores, sejam eles, colegas de trabalho, vizinhos, desconhecidos surgindo assim a rivalidade, que quase sempre está pautada pelos resultados das partidas, expectativas em torno de jogos importantes, bem como, as provocações. Neste sentido, os autores destacam que a partir do advento da internet, redes sociais e as mais diferentes formas de mídias, ocorreu um aumento na rivalidade entre os torcedores, pois, as possibilidades de engajamento e compartilhamento de diversos conteúdos de maneira quase que instantânea de imagens e vídeos, têm fomentado provocações originais e irreverentes. Essas novas dinâmicas sociais que emergiram, acabaram por modificar o modo como os torcedores se auto representam e representam seus rivais, surgindo assim, um novo sistema de identificação, o qual utiliza a diferença como uma ferramenta para a construção de identidades clubísticas.

Desta forma, Ferreira; Leão e Paiva Júnior (2014), apresentaram como objetivo da pesquisa, identificar como os mecanismos de identificação e de diferença são usados na construção das identidades de torcedores de clubes de futebol nas interações em redes sociais, principalmente a partir da presença de torcedores rivais, como estes são vistos e produzem significados.

Os autores partem da ideia de identidade na perspectiva de Hall, o qual salienta a evolução da complexidade do sujeito na sociedade, até chegar a ser um sujeito pós-moderno, ou seja, sem uma identidade fixa, o qual passa ser composto por uma série de identidades coexistentes. Não obstante, para a construção da identidade, os autores utilizam a noção da diferença, assim, a ideia de identidade é relacional, ou seja, a

definição do que somos, transcende nosso ser, pois, aquilo que não somos também nos define.

Por conseguinte, Ferreira; Leão e Paiva Júnior (2014) utilizaram como procedimentos metodológicos, os direcionamentos do estudo qualitativo de tipologia descritiva. Posteriormente fizeram o uso da netnografia da comunicação, método este que permite checar e analisar as interações a partir da linguagem verbais e não verbais nos mais diversos ambientes virtuais. Neste sentido, os autores coletaram e observaram interações sociais de usuários da rede social Facebook. Foram coletadas também interações iniciadas e compartilhadas dos sites dos três clubes pernambucanos: SportNet5, TimbuNet6 e CoralNet7. Os dados foram levantados pela observação participante. Porém, a participação do pesquisador não foi necessária. Ferreira; Leão e Paiva Júnior (2014), coletaram postagens referentes ao futebol profissional envolvendo Sport Club Recife, Clube Náutico Capibaribe e Santa Cruz Futebol Clube, postadas entre os meses de agosto e setembro de 2012. Foram consideradas para análise 410 posts.

Como resultado, os autores encontraram nas participações de torcedores direcionadas ao clube pelo qual torcem, a construção de uma identidade a partir de suas ações nas interações que participa, motivando o clube ou defendendo-o. Por conseguinte, em contrapartida, nas participações de torcedores rivais, o torcedor define a identidade rival nas interações em que ele ridiculariza, faz gozações ou desqualifica seus rivais.

Os autores concluíram que as interações face a face em redes sociais, permitem que os indivíduos possam construir suas identidades no dia-a-dia. Não obstante, categorias empíricas revelam a construção do processo de identificação, a partir da maneira como os torcedores participam em relação ao grupo social ao qual pertencem e em torno do time que torcem com demonstrações de incentivo e de defesa de seus interesses.

O terceiro artigo é intitulado “Imagens e representações: As marcas do Sport Club Corinthians Paulista”, foi construído por Godoy e Farina (2014) e publicado na revista *Lumen et Virtus*.

As autoras problematizaram a produção a partir da dinâmica encenada no processo de identificação e pertencimento dos torcedores do Sport Club Corinthians Paulistas, quando estes aderem às torcidas organizando oposições, confrontos e semelhanças.

Neste sentido, as autoras objetivaram refletir sobre os símbolos que criam representações e que originam um espaço cultural com um grande magnetismo de

esperanças e vitórias para os seus torcedores. No decorrer do artigo, Godoy e Farina (2014) trataram de conceitos como o mito, a magia e a representação no futebol.

Como procedimentos metodológicos, as autoras fizeram o uso do método histórico-bibliográfico, apresentando conceitos que permeiam a análise do estudo como “mito”, “magia”, “imaginário” “pertencimento” e “identidade”. No que se refere o pertencimento e identidade, as autoras apontaram que o pertencimento social no futebol é marcado por adesões, atitudes e posicionamentos dos torcedores, as quais tem como regra básica a lealdade ao clube do coração. No que se trata da ideia de identidade, as autoras seguem Barth que apresenta a identidade por meio de uma construção que se dá através de uma relação que opõe um grupo aos outros com os quais se relacionam.

Por conseguinte, Godoy e Farina (2014) apresentaram uma historicização do Sport Club Corinthians Paulista, apontando o surgimento de símbolos como o brasão, o gavião e o santo São Jorge e como a partir desses elementos foram se constituindo significados e representações para seus torcedores.

Como considerações finais, as autoras compreenderam que a trajetória do Sport Club Corinthians Paulista apresenta uma caminhada na cultura brasileira, a qual está envolvida por seu universo simbólico que ganha transcendência mítica pelas representações fundadoras, o brasão, o gavião e o São Jorge. E, pelos vínculos de pertencimentos que são estabelecidos pela torcida com tais símbolos, o futebol pode criar uma auto-identidade corinthiana.

O quarto artigo intitulado “Eu tenho dois amores que em nada são iguais: A bifiliação clubística no Nordeste”, foi produzido por Vasconcelos (2014) e publicado na revista “Ponto Urbe”.

O autor apresentou a problemática a partir de pesquisas que apontam os clubes brasileiros com maior número de torcedores além de suas fronteiras. Neste sentido, Vasconcelos (2014) observou que no Brasil existe um perfil de torcedor que torce para dois clubes, sendo um local e outro de “fora” (estado diferente). Tal perfil é denominado pejorativamente como torcedor “misto” e quem criou essa nomenclatura são os denominados torcedores “anti-mistos”, os quais criaram diversos meios para se manifestar contra os torcedores “mistos”.

Por conseguinte, o autor apresentou como objetivo do trabalho, refletir sobre os motivos da existência da bifiliação clubística no Brasil, tomando a região nordeste como recorte do estudo.

Como método, Vasconcelos (2014) realizou uma revisão de literatura e documental. A partir do levantamento do material, o autor analisou a luz da teoria do campo, a qual foi estabelecida pelo francês Pierre Bourdieu. Segundo o autor, com o aporte teórico escolhido para a análise, foi possível identificar as principais instituições e tipos de capitais desse campo, verificar os clubes que pertencem a condição de dominante e quais são os dominados. Ainda, Vasconcelos (2014) chama a atenção para ao advento da modernidade e para isto, utiliza conceitos de Hall e Giddens, os quais discorrem sobre o fenômeno do encurtamento da distância, o qual possibilita, o surgimento de novas relações dentro de um novo espaço/tempo.

Como considerações finais, Vasconcelos (2014) identificou os principais times da Região Sudeste e da Região Sul como dominantes. Pois, são os times de influência política, maiores patrocínios, maior exposição midiática, maiores vencedores dos grandes títulos, possuem maiores torcidas do Brasil e que contam com os principais atletas que atuam no país. Sobre o torcedor bifiliado, o autor aponta que um é o seu time local, para torcer em competições de menor alcance, enquanto o time de fora é o seu clube para torcer em grandes torneios nacionais e internacionais.

O quinto artigo coletado intitulado “Estudio de la identidad grupal de la Barra brava “La Gloriosa Ultra Sur 34” del club The Strongest””, foi realizado por Calderón (2015) e publicado na revista Investigación Psicológica.

A autora problematizou o trabalho a partir do fenômeno das Barras Bravas na América Latina, mais especificamente na Bolívia, sobretudo quando o indivíduo assume determinada identidade dentro do grupo e passa a pertencer a um coletivo específico. Não obstante, a autora ressalta que dentro das Barras existem subgrupos o que acaba gerando um clima de tensão e de violência.

Dessa forma, o estudo foi objetivado em descrever os elementos que compõem a identidade do grupo Barra Bravas “Gloriosa Ultra Sur” do clube The Strongest. Para tanto, Calderón (2015) caracterizou o estudo como descritivo. Nesse sentido, a autora utilizou os seguintes técnicas e instrumentos: observação, entrevistas estruturadas, aplicação de questionários, análise qualitativa de informações e um grupo focal.

No que se refere a construção da identidade grupal a autora utilizou os pressupostos de Tajfel, o qual apresenta a identidade social como uma peça do autoconceito de indivíduo que demonstra características as quais manifestam-se de maneira semelhante a outro indivíduo, isto resultaria em uma configuração de identificação entre ambos.

Como considerações finais, Calderón (2015), concluiu que a identidade da torcida “Gloriosa Uitra Sur” está fortemente entrelaçada com a alta identificação com o Clube The Strongest e o sentimento de pertencimento tem origem no mesmo local em que os torcedores irão apoiar o time. Nesse local, é onde ocorre a semelhança entre seus pares, dando origem a uma configuração do grupo organizado. Esse grupo, adota uma série de comportamentos e expressões verbais que são criadas a partir da sua própria identidade. Não obstante, a autora destacou a importância de políticas públicas que visem a prevenção da violência nos estádios.

O sexto artigo intitulado “Digital engagement and social identity of sports fans: the case of premier League teams on facebook”, foi construído por Herrera, Valerio e Rodrigues-Aceves (2018) e publicado na revista “Revista Iberoamericana de Psicología del Ejercicio y el Deporte”.

Os autores apresentam como problemática, uma nova tendência, na qual, devido ao surgimento da internet, torcedores de times de futebol têm realizado uma recente incorporação junto aos sites das redes sociais, implicando em um significativo desafio.

Neste sentido, Herrera, Valerio e Rodrigues-Aceves (2018) objetivaram estudar o envolvimento digital dos torcedores no contexto dos sites das redes sociais, tendo como delimitação, os sites oficiais do Facebook das equipes da Premier League¹⁰.

Dando sequência, os autores analisaram as 20 equipes que participaram da Liga Inglesa de Futebol durante a temporada de 2013-2014. Os posts relacionados a cada equipe foram extraídos e armazenados em um banco de dados. A extração foi realizada por meio do Facebook Query Language¹¹ (FQL). Os autores relacionaram as publicações a partir de quatro questões: a) desempenho da equipe; b) tamanho da base dos seus fãs; c) o escore de um determinado jogo; d) posts direcionados ao jogo.

Na construção teórica, os autores utilizaram a teoria da identidade social a partir de Cialdini e De Nicholas, a qual argumenta que o comportamento dos torcedores de esportes, de modo geral, pode ser explicado pelo efeito positivo a autoestima individual.

Como considerações finais, os autores apontam que os comportamentos dos fãs tendem a corresponder de acordo com a pontuações. Desta forma, quando ocorre uma vitória, acontece uma aproximação entre os fãs da mesma filiação clubística e em caso de derrota, ocorre um distanciamento.

¹⁰ Liga Inglesa de futebol. Cf.: <https://www.premierleague.com>.

¹¹ Forma de consulta que permite coletar dados públicos de usuários do Facebook.

TABELA 4 - Síntese das produções coletadas

(continua)

Identificação	Problema	Objetivo	Metodologia	Conclusão
RIGO, Luiz Carlos; TORRANO, Conrad Vilanou.	Como os clubes de futebol, enquanto instituições singulares e modernas têm lidado com as novas formas de pertencimento clubístico e de reconfigurações das identidades?	Analisar as identidades constituintes do F. C. Barcelona.	Análise sócio-histórica	Os vínculos sociopolíticos que o clube instituiu ao longo de sua história aliado a uma identidade clubística propensa a aceitar jogadores e treinadores estrangeiros, contribuíram para transformar o F. C. Barcelona em um singular clube-global
FERREIRA, Bruno Rafael Torres; LEÃO, André Luiz	Como um indivíduo pode representar-se enquanto torcedor e como este representa o seu rival, constituindo assim, um sistema de identificação?	Identificar como os mecanismos de identificação e diferença são usados, na construção das identidades de torcedores de clubes de futebol em interações nas redes sociais, a partir da presença de torcedores rivais e como estes são vistos e significados pelo outro.	Netnografia da comunicação	O processo de identificação como o modo destes torcedores direcionarem suas participações aos grupos sociais os quais pertencem, bem como, em torno do time que torcem, a partir de demonstrações de incentivo, exaltação e defesa de seus interesses. Fortalecendo assim, traços comuns, ao mesmo tempo em que rivais são ridicularizados e insultados.

TABELA 5 - Síntese das produções coletadas

Identificação	Problema	Objetivo	Metodologia	(conclusão) Conclusão
GODOY, Marília Gomes Ghizzi; FARINA, Cuciol Michele	Como se dá a construção das interpretações sobre os sentidos míticos, subjetivos e de identificação de imagens e marcas representativas do S. C. Corinthians Paulista?	Refletir sobre os símbolos que criam representações e que originam um espaço cultural com um grande magnetismo de esperanças e vitórias para os seus torcedores.	Histórico/bibliográfico	Através dos vínculos de pertencimento da torcida com estes símbolos e de sua eficácia simbólica, o futebol pode criar suas dimensões competitivas e a auto-identidade corinthiana.
VASCONCELOS, Arthur Alves de.	O que motiva os torcedores do nordeste a construir uma bifiliação clubística?	Refletir sobre os motivos da existência da bifiliação clubística no Brasil, tomando a região nordeste como recorte.	Bibliográfico/Documental	Os capitais simbólicos que o torcedor pode adquirir ao torcer, são elementos importantes para compreender a razão pela qual escolhem torcer não apenas para o time local, mas também para um time de de outro estado.
CALDERÓN, Valéria Fernanda Pérez	Como se caracteriza a identidade grupal dos Barra Bravas “Gloriosa Ultra Sur”?	Descrever os elementos que compõem a identidade do grupo Barra Bravas “Gloriosa Ultra Sur”.	Descritivo	A identidade está fortemente entrelaçada com a alta identificação com o Clube The Strongest e o sentimento de pertencimento que tem origem nos locais em que os torcedores vão para apoiar o time.
HERRERA, Dagoberto; VALERIO, Gabriel; RODRIGUES-ACEVES, Lucía	Como a internet e as redes sociais têm impactado na relação identitária clubística de torcedores com os clubes de futebol?	Estudar o envolvimento digital dos torcedores no contexto dos sites das redes sociais, tendo como delimitação o “Facebook” das equipes da <i>Premier League</i>	Descritivo	Os comportamentos dos fãs tendem a corresponder ao rendimento do time.

Fonte: O autor

3.4 ANÁLISE E INFERÊNCIA DAS PRODUÇÕES COLETADAS

Dando sequência aos indicativos fornecidos por Bardin (2016), nesta seção será construída e apresentada a terceira fase, a qual a autora denomina como “tratamentos dos resultados obtidos e interpretação”. Para Bardin (2016) nesta fase, os resultados precisam ser tratados de forma significativa, as operações estatísticas contribuem para visualização de quadros de resultados, os quais facilitam a visualização da informação fornecida. Ainda, para esta fase, (Bardin, 2016) indica que o analista proponha inferências e interpretações.

Neste sentido, em um primeiro momento, optou-se por mapear as revistas, bem como seu Qualis – na área de avaliação “interdisciplinar” – para identificar como as recentes produções sobre a temática estão ocupando o campo científico. Desta forma, entende-se o Qualis como uma ferramenta que pode auxiliar nesta tarefa e acordo com Barata (2016), o mesmo tem como função:

Sua função é auxiliar os comitês de avaliação no processo de análise e de qualificação da produção bibliográfica dos docentes e discentes dos programas de pós-graduação credenciados pela Capes. Ao lado do sistema de classificação de capítulos e livros, o Qualis Periódicos é um dos instrumentos fundamentais para a avaliação do quesito produção intelectual, agregando o aspecto quantitativo ao qualitativo. (BARATA, p. 16, 2016).

Desta forma, construiu-se a tabela três, objetivando uma melhor visualização do panorama sobre as produções recentes coletadas.

TABELA 6 - Mapeamento das Revistas e Qualis nos quais os artigos coletados foram publicados

Produções	Revista	Qualis
A1	Movimento	B1
A2	Podium: Sport, Leisure and Tourism Review	B2
A3	Lumen et Virtus	B4
A4	Ponto Urbe	B2
A5	Rip-Estudios en Psicología Social y Laboral	N/E
A6	Revista Iberoamericana de Psicología del Ejercicio y el Deporte	N/E
Total	06	

Fonte: O autor.

De forma geral, observou-se que as produções publicadas não se encontram em estratos de excelência (A1 e A2), porém, identificou-se que três (50%) das publicações estão alocadas em estratos de maior qualidade (B1 e B2). Ainda, verificou-se que duas

(33,33%) das produções não possuem avaliação na área “interdisciplinar”, e uma (16,66%) produção está alocada no Qualis B4.

A partir do panorama supracitado, observa-se que os estudos publicados recentemente que tratam por discutir “identidade” e o “pertencimento clubístico”, estão alocados em periódicos de destaque, porém com fator de impacto nacional. Neste sentido, identifica-se a falta de produções em periódicos que transcendam e alcancem estratos como A1 e A2.

Não obstante, Barata (2016) aponta que a classificação do Qualis Periódicos não é absoluta, pois, a mesma passa por revisão de período em período. Por conseguinte, a autora acrescenta que o pesquisador antes de definir o periódico, o qual vai submeter seu artigo, necessita levar em conta alguns indicativos, como o público em que o pesquisador pretende atingir, a credibilidade, a agilidade no processo de avaliação e publicação da produção, taxa de rejeição e circulação que o periódico tem na comunidade científica e o prestígio.

A tabela quatro apresenta os locais e a frequência onde os artigos foram publicados.

TABELA 7 - Alocação dos periódicos e a frequência de publicação

Alocação dos periódicos	Frequência
São Paulo – Brasil	03
Porto Alegre – Brasil	01
La Paz – Bolívia	01
Las Palmas - Espanha	01
Total	06

Fonte: O autor.

Verifica-se através da tabela quatro, que das seis produções, quatro (66,66%) foram publicadas no Brasil, tendo como polo principal (50%), revistas alocadas no Estado de São Paulo e posteriormente Rio Grande do Sul (16,66%).

Ainda, identificou-se dois (33,33%) artigos produzidos, foram publicados no exterior, sendo um (16,66%) na América Latina, mais precisamente, em La Paz na Bolívia e um (16,66%) na Europa, em Las Palmas, na Espanha. Para o total dos artigos coletados, observou-se 12 pesquisadores, sendo três (25%) vinculados a Instituições de Ensino Superior (IES) localizadas na região Nordeste – Universidade Federal do Ceará (um) e Universidade Federal de Pernambuco (dois), três (25%) pesquisadores vinculados a IES da região Sudeste – Universidade Federal de Minas Gerais (um), Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (um) e Universidade Santo Amaro – SP (um), um (8,34%)

pesquisador vinculado a IES localizada na região Sul – Universidade Federal de Pelotas e cinco (41,66%) pesquisadores vinculados a IES do exterior – Universidade de Barcelona (um), Universidade Mayor de San Andrés da Bolívia (um), Instituto Tecnológico e de Estudios Superiores de Monterrey (três).

A tabela cinco apresenta a área de conhecimento dos periódicos e a frequência dos mesmos.

TABELA 8 - Área de conhecimento dos periódicos e frequência de publicação

Área do Conhecimento	Frequência
Antropologia	01
Educação Física	01
Gestão de esportes, do lazer e do turismo	01
Interdisciplinar: Cultura e Imagem	01
Psicologia	02
Total	06

Fonte: O Autor

A partir da tabela cinco, verifica-se que a Antropologia (16,67%), a Educação Física (16,67%), a Gestão de esportes, do lazer e do turismo (16,67%), a interdisciplinar: cultura e imagem (16,67%) e a Psicologia (33,32%) foram as áreas do conhecimento que em que os artigos coletados que tratam da “identidade” e “pertencimento clubístico” foram publicados. Desta forma, percebe-se que a temática tem sido discutida e publicada em diversas áreas do conhecimento. Corrobora com tal afirmativa quando se observa a área de formação e atuação dos autores dos estudos coletados, sendo elas: Administração, Ciências Humanas, Educação, Educação Física, Psicologia, Sociologia e Tecnologia Educativa/da Informação.

Na tabela seis construiu-se um mapeamento dos referenciais teóricos, sobre identidade, os quais foram utilizados nas produções coletadas.

Tabela 9 - Referenciais que tratam sobre identidade

Referencial sobre identidade	Frequência
Hall	03
Bauman	01
Giddens	01
Woodward	01
Barth	01
Tajfel	01
Cialdini & DeNicholas	01

Fonte: O autor.

No decorrer da leitura e análise das fontes coletadas, observou-se que o autor mais utilizado foi Stuart Hall. Tal teórico, apresenta a ideia de identidade cultural e esta é articulada a construção da identidade de um sujeito, dito, “pós-moderno”. Como identidade de um sujeito “pós-moderno”, deve-se observar algumas características como a ausência de coordenadas identitárias firmes ou fixas, ou seja, este indivíduo passou a ser composto de várias identidades que coexistem e estas condições, nada mais é do que reflexo de modificações tanto institucionais, quanto estruturais pela qual a sociedade passou.

As produções que utilizaram Hall, ao pensar nos aspectos identitários relacionado ao futebol, tiveram como pontos de referência alguns elementos articulados as características da globalização, sobretudo as relações que se desdobram sobre o espaço-tempo e como estes aspectos alteram o modo como as identidades, neste caso, a dos torcedores, passaram a ser localizadas e representadas de diferentes maneiras. Não obstante, os estudos que utilizaram o referencial teórico de Stuart Hall, acabaram também dialogando com outros autores como Giddens e Woodward.

Com Anthony Giddens, observou-se a articulação a partir da ideia de modernidade e “encurtamento das distâncias”, desta maneira, emerge a ideia de que certos eventos podem interferir em regiões distantes, refletindo como as identidades futebolísticas podem ser construídas através deste viés. Na perspectiva de Woodward, emerge o elemento da “noção da diferença”, o qual, carrega a ideia de identidade como algo relacional, pois, o que define o que somos, está também naquilo que não somos.

Outro autor utilizado nas produções foi Zigmund Bauman. Para o teórico, deve-se pensar sempre na perspectiva de identidades – no plural e em movimento –, desta forma, as identidades passam a ser cada vez mais fluídas e as fronteiras transcendidas, sobretudo com o advento da globalização. Não obstante, sendo o futebol um fenômeno inserido no contexto global, as identidades clubísticas têm-se tornado mais plurais, no que se refere a bifiliações (time nacional e time do exterior) ou até trifiliações (time local, time nacional e time do exterior).

Já para o teórico Frederik Barth, entender o fenômeno da identidade é necessário pensar através das relações entre os diversos grupos sociais. Neste sentido, a identidade passa a ser uma maneira em que os grupos se categorizam e posteriormente organizam suas trocas. A definição da identidade de um grupo se dá, pela ação de encontrar os traços utilizados pelos membros dos grupos para afirmar e manter determinada distinção cultural.

Para Tajfel, no que se refere a identidade grupal, a mesma pode ser entendida como parte do autoconceito de indivíduo, o qual emerge a partir da sua pertença a determinado grupo específico, ou seja, o indivíduo vai demonstrar determinadas características semelhantes a outro indivíduo para que ambos acabem se identificando entre si e isto resultaria em uma configuração no sentido de pertencimento a um grupo social.

Cialdini & De Nicholas entendem que a partir da teoria da identidade social é possível compreender e, por conseguinte, explicar os comportamentos dos fãs de esportes. Neste sentido, os autores apontam que as pessoas tendem a se relacionar com pessoas bem-sucedidas, objetivando influenciar a representação que outros indivíduos terão.

Assim, observou-se que as produções coletadas fizeram uso de diversas perspectivas ao tratar da relação identidade-torcedor-time de futebol. Nesse sentido, identificou-se que parte dos autores das produções utilizaram teorias “categorizadas” como pós-modernas, para abordar dois aspectos da identidade clubística. O primeiro está relacionado como algo que transcende o local em que o torcedor se encontra e o segundo que trata da construção da identidade por clubes ditos globais. Não obstante, outros teóricos foram utilizados para discutir a construção da identidade clubística a partir de processos grupais ou tendo como referente, os princípios da persuasão na definição do clube para torcer.

Desta forma, a partir dos referenciais verificados nos estudos coletados, não foi identificado nenhum referencial hegemônico para abordar a temática, ao contrário, observou-se, sim, uma pluralidade de perspectivas teóricas, as quais possibilitaram aos autores dos estudos, estabelecerem outros olhares para a temática

A tabela sete apresenta a técnica e o tipo de análise metodológica utilizada nos estudos coletados.

TABELA 10 - Técnica e tipo de análise metodológica

Produções	Técnica e tipo de análise metodológica
A1	Histórico/bibliográfico (qualitativa)
A2	Netnografia (qualitativo)
A3	Histórico/bibliográfico (qualitativa)
A4	Bibliográfico/Documental (qualitativa)
A5	Observação, entrevistas estruturadas, questionários e grupo focal (qualitativa);
A6	Observação/Descrição – Facebook Query Language (FQL) (quantitativo e qualitativo)

Fonte: O autor.

No que tange a utilização das técnicas e tipos de análises das produções coletadas, observou-se que três (50%) utilizaram a coleta bibliográfica como técnica de parte do percurso metodológico adotado. Os outros três (50%) fizeram o uso de técnicas diversas como a netnografia, a observação, as entrevistas, os questionários, o grupo focal e a FQL. Identificou-se que para a análise dos dados, cinco (83,33%) dos artigos coletados utilizaram o método qualitativo e um (16,67%) utilizou o quantitativo e qualitativo.

Neste sentido, identificou-se que os estudos sobre identidade e pertencimento clubístico tendem a realizar cruzamento de fontes, afim de buscar profundidade nas respostas. Não obstante, observou-se um “excesso” de estudos com a análise qualitativa e em contrapartida, pouca exploração no que se refere a junção entre quantitativa e qualitativa.

3.5 CONCLUSÕES PRELIMINARES

Ao realizar o presente EC constatou-se que as recentes (2013-2018) produções sobre identidade e pertencimento clubístico têm ocupado um lugar de destaque, no que se refere ao campo de produção acadêmico-científico, sendo publicadas em revistas nacionais de estratos de qualidade (Qualis B1 e B2). Não obstante, identificou-se que a produção dos estudos tem uma variação autoral e que as publicações, em sua maioria, têm sido realizadas em revistas localizadas na região sudeste, sobretudo, no Estado de São Paulo. Ainda, identificou-se estudos sobre a temática no exterior, como na América Latina, porém, em centros menores – futebolisticamente falando – como na Bolívia. Entretanto, embora o estudo, seja de um local sem grande expressão no futebol, entende-se que a produção do conhecimento não pode ser silenciada.

Verificou-se que a área do conhecimento dos periódicos, em que os estudos foram publicados, se configuram como plurais, desta forma, entende-se que a temática possui características interdisciplinar. Corroborando com a assertiva mencionada anteriormente, observou-se que a formação dos pesquisadores, se dá de forma diversificada, possibilitando uma discussão da temática, de forma, ampla e sobre diversas perspectivas.

Nas produções coletadas, constatou-se uma variedade de referenciais que trataram sobre identidade. Neste sentido, observou-se a utilização de teóricos que tratam a partir de perspectivas pós-modernas como Hall, Bauman, Giddens e Woodward, para discutir aspectos relacionados a identidades clubísticas globais, fluídas ou que transcende fronteiras. Outros autores como Barth e Tajfel foram utilizados para discutir a construção

de uma identidade clubística a partir do processo grupal, bem como, Cialdini & De Nicholas que foram utilizados para abordar a identificação por times de futebol pelo processo de persuasão. Assim, entende-se que a identidade e o pertencimento clubístico tem sido abordado por diferentes teorias, entretanto identificou-se uma predominância no que se refere a perspectivas teóricas categorizadas como pós-modernas.

No que se refere as técnicas e as análises metodológicas, observou-se que os estudos de cunho bibliográficos/documentais e análises qualitativas são predominantes nos estudos recentes. Assim, identificou-se a possibilidade de fomentar pesquisas que abordam além de outras perspectivas empíricas, contemplem também, outros tipos de análises como a “mista”, ou seja, a utilização do aspecto quantitativo em conjunto com o qualitativo.

Ainda, verificou-se que os estudos coletados discutem em diferentes perspectivas no que se refere a identidade clubística, sendo elas: a) investigação de como se constrói as novas identidades, entendendo o clube de futebol enquanto entidade singular, moderna e até certo ponto complexa, pois, estabelecem suas relações a partir de segmentos étnicos-territoriais, ao mesmo tempo que, se entrelaçam com indivíduos de diferentes nacionalidades, culturas e costumes; b) investigação sobre a construção da relação entre torcedores do mesmo time e torcedores rivais de clubes de futebol de uma mesma cidade; c) investigação sobre a construção de representações e por conseguinte, relações identitárias e de pertencimento entre torcedores e clube de futebol a partir de suas imagens e símbolos; d) investigação sobre a construção de uma bifiliação clubística, tendo como ponto de referência um clube local e outro situado num região distinta do Brasil; e) investigação sobre a construção de diversas identidades clubísticas grupais, dentro de uma torcida organizada; f) investigação sobre como o meio digital – internet e redes sociais – influenciam o engajamento e a relação identitárias entre torcedores e clubes;

Ressalta-se que embora sejam pesquisas que apresentam diferentes aspectos, estes não permitem identificar categorias que forneçam indícios para compreender de qual forma corre o processo de construção do “gostar” de determinado clube de futebol.

Desta forma, através do presente estudo, pretende-se avançar em questões, as quais são poucas ou nada abordadas nos estudos coletados, como identificar elementos presentes no processo de construção da identidade, no que se refere a escolha do indivíduo do clube de futebol para torcer. Por conseguinte, no campo metodológico, pretende-se fazer o uso da análise pelo viés quantitativo e qualitativo. A escolha por esta análise se dá num primeiro momento, pelo fato dos estudos coletados, em sua predominância,

exercerem análises do tipo qualitativa e num segundo momento, por entender que os aspectos quantitativo e qualitativo são complementares, fomentando uma análise mais ampla e não menos aprofundada.

4 A IDENTIDADE CLUBÍSTICA SOB A PERSPECTIVA DE IDENTIDADE EM NORBERT ELIAS

No Brasil, existe uma ideia na qual se considera o futebol como um dos elementos que contribui para a construção de uma possível identidade brasileira. De forma geral, entende-se que a identidade enquanto um processo dinâmico, se configura como algo em constante construção e reconstrução, sendo composta por diversas facetas, podendo ser o esporte, no caso o futebol, uma delas. Desta forma, verifica-se que as facetas que podem constituir determinada identidade, não são totalmente iguais entre os indivíduos, mesmo aqueles que fazem parte da mesma configuração, diferenciando-se assim, de indivíduo para indivíduo. Fazendo com que alguns possuam em sua constituição identitária a faceta futebolística e outros apresentem ausência da mesma.

Em países como o Brasil, observa-se que o cotidiano, mesmo de pessoas que não se identificam com o futebol – é invadido por elementos como notícias, imagens, sons, comentários, os quais estão relacionados ao esporte mencionado.

Neste sentido, parte-se do princípio que a relação identitária entre o brasileiro e o futebol se dá pelo clube de futebol do “coração”. Assim, tem-se a ideia de que o ato “escolher”, “gostar” ou de se “identificar” com determinado time de futebol é algo socialmente construído, ou seja, nenhum indivíduo nasce conscientemente já torcendo por algum time, mas o mesmo, a partir de determinado contexto e algumas referências aprende e apreende aspectos, os quais o influenciarão na sua escolha clubística.

Desta forma, entende-se que o indivíduo ao nascer e ao estabelecer suas primeiras relações sociais, recebe uma série de valores, crenças entre outros elementos, que vão, de certa forma, moldar seu comportamento, visão de mundo e, não obstante, seu *habitus*.

Portanto, ao que parece, no que se refere a escolha por um time de futebol para torcer, esta pode ser influenciada pela configuração, na qual o indivíduo pertence. A ênfase de alguns aspectos positivos de determinado time, em relação a aspectos negativos de outros times, pode ser utilizada pelos indivíduos que compõem a configuração para exercer uma certa pressão. Os indivíduos que se encontram mais engajados e que possuem uma posição privilegiada na configuração, tem condições de exercer tal influência em outro indivíduo.

Neste sentido, o objetivo do presente artigo é entender como se dá a relação entre identidade e o pertencimento clubístico, a partir dos elementos que constituem à ideia de identidade do sociólogo alemão Norbert Elias.

A escolha por esta opção teórica deu-se pelo fato de entender que embora a ideia de identidade não seja sua construção principal, seus conceitos elaborados como configuração, *habitus*, interdependência, psicogênese, sociogênese, entre outros, se apresentam como pistas que contribuem para uma compreensão dos aspectos que se referem a construção da identidade, neste caso, a clubística.

4.1 A IDEIA DE IDENTIDADE EM NORBERT ELIAS – A BALANÇA NÓS-EU

Embora a grande teoria desenvolvida por Norbert Elias explore o que o mesmo denominou de Processo Civilizador, a qual, o autor faz o uso de uma abordagem que analisa a longa duração, e desta forma, observa as mudanças que ocorreram nos processos sociais ao longo do tempo, identificou-se no decorrer das suas obras a presença da ideia de identidade.

Assim, verifica-se que dentre as obras produzidas por Elias, o livro intitulado “A Sociedade dos Indivíduos”, como produção principal que discute aspectos relacionados entre o indivíduo e a sociedade, por conseguinte, a identidade individual e identidade social ou em termos elisianos, a identidade-eu e a identidade-nós.

A obra “A Sociedade dos Indivíduos” é dividida em três partes distintas, entretanto interdependentes, as quais foram escritas em 1939, entre 1940-1950 e 1987 respectivamente. Em “A Sociedade dos Indivíduos”, Elias tem como questão norteadora a relação entre a pluralidade de indivíduos – aquilo que se entende como sociedade – e a pessoa singular – aquilo que se entende como indivíduo. O autor busca romper com a ideia de indivíduo e sociedade, pois:

[...] as palavras que dispomos, os conceitos que influenciam decisivamente o pensamento e os atos das pessoas que crescem na esfera delas, fazem com que o ser humano singular, rotulado como indivíduo, e a pluralidade de pessoas, concebida como sociedade, pareçam ser duas entidades ontologicamente diferentes. (ELIAS, 1994a, p. 4).

Desta forma, a partir do modelo elisiano é possível perceber como os indivíduos se ligam uns aos outros configurando-se numa pluralidade ou sociedade dos indivíduos. Ressalta-se que os primeiros escritos de “A Sociedade dos Indivíduos” foram iniciados durante o trabalho do “Processo Civilizador”, assim, fazendo parte da teoria mais abrangente. (ELIAS, 1994a).

4.1.1 Os indivíduos e a sociedade

Ao tratar sobre sociedade e indivíduo, Elias propõe uma reflexão tendo como ponto de partida a sociologia. Para o autor, esta é a responsável por tratar de problemas da sociedade, a qual é formada por nós e pelos outros, assim, aquele sujeito que pensa a sociedade, é também um membro que conforma a mesma. (ELIAS, 1980).

Não obstante, Norbert Elias aponta que quando se pensa o indivíduo, muitas vezes não se vislumbra que o mesmo é parte do seu meio. Neste sentido, “Falamos do indivíduo e do seu meio, da criança e da sua família, do indivíduo e da sociedade ou do sujeito e do objeto, sem termos claramente presente que o indivíduo faz parte do seu ambiente, da sua família, da sua sociedade”. (ELIAS, 1980, p. 13). Percebe-se que quando se refere ao meio, a família, a sociedade, refere-se – mesmo que de forma indireta – ao indivíduo, pois, ao mesmo tempo em que o sujeito está inserido em determinado grupo, o qual participa, não deixa de ser o indivíduo e vice-versa.

As questões que envolvem a relação entre sociedade e indivíduo, sempre perpassaram por dois campos opostos e conseqüentemente apresentam perspectivas distintas. De acordo com Elias (1994a) um dos campos aborda as formações sócio-históricas, de maneira como se elas fossem construídas e arquitetadas, com o objetivo de serem apresentadas da forma como hoje se encontram. O autor apresenta uma crítica a esta concepção utilizando como argumento que tal “modelo conceitual a que estão presos continua a ser o da criação racional e deliberada de uma obra [...] por pessoas individuais. (ELIAS, 1994a, p. 13-14).

Já o outro campo, estabelece uma maneira distinta de abordar as formações sócio-históricas, em que para os integrantes os indivíduos não possuem capacidade de operar nenhum papel. De acordo com Elias (1994a) estes modelos são extraídos da biologia – ciências naturais – e as maneiras de estabelecer o pensamento científico acabam misturando-se com modos distintos de cunho religioso e metafísico conformando uma unidade perfeita. Para o autor, “A sociedade é concebida, por exemplo, como uma entidade orgânica supra individual que avança inelutavelmente para a morte, atravessando etapas de juventude, maturidade e velhice”. (ELIAS, 1994a, p. 14).

A mesma dificuldade mencionada anteriormente, no sentido de tentar compreender a sociedade, pode também ser verificada no que se refere as funções psicológicas. Neste sentido, Norbert Elias apresenta o seguinte panorama:

Na ciência que lida com fatos dessa espécie, encontram-se, de um lado, ramos de pesquisa que tratam o indivíduo singular como algo que pode ser completamente isolado e que buscam elucidar a estrutura de suas funções psicológicas independentemente de suas relações com as demais pessoas. Por outro lado, encontram-se correntes, na psicologia social ou de massa, que não conferem nenhum lugar apropriado às funções psicológicas do indivíduo singular. Às vezes, os membros deste último campo, mais ou menos como seus equivalentes nas ciências sociais e históricas, atribuem a formações sociais inteiras, ou a massa de pessoas, uma alma própria que transcende as almas individuais, uma *anima collectiva* ou “mentalidade grupal”. E, quando não chegam a ir tão longe, é comum se contentarem em tratar os fenômenos sócio psicológicos como a soma ou – o que dá na mesma – a média das manifestações psicológicas de muitos indivíduos. (ELIAS, 1994a, p. 15).

Desta forma, verifica-se uma espécie de distanciamento entre as correntes e os movimentos dos estudos na psicologia. Nota-se que uma se debruça no aspecto do indivíduo singular, tentando desvendar estruturas psicológicas e de certa forma, esquece de pensar nas relações que o mesmo realiza e estabelece com outros indivíduos. Não obstante, o outro lado caminha a partir das orientações da psicologia social e, por conseguinte, ignora elementos das funções psicológicas do indivíduo singular. Assim observa-se, no que se refere a sociedade e o indivíduo, há ocorrência do embate de oposições teóricas.

Porém, na tentativa de propor e de explorar um outro modelo, Elias (1994a) indica a não existência do abismo entre sociedade e indivíduo, pois, para o autor “Ninguém duvida de que os indivíduos formam a sociedade ou de que toda sociedade é uma sociedade de indivíduos” (ELIAS, 1994a, p. 16), entretanto, o mesmo argumenta que a falta de um modelo conceitual de visão global, dificulta a reconstrução das atividades do cotidiano no pensamento, pois, as imagens apresentam-se com falhas ou inexatas. A construção de um modelo, possibilitaria compreender como os indivíduos formam uma sociedade, a qual transcende qualquer conjunto de amontoados de indivíduos e desta forma, entender como ocorrem e os motivos que fazem ocorrer modificações específicas na sociedade.

Neste sentido, verifica-se que os discursos tanto de um lado – o qual coloca o indivíduo como o “fim”, alcançando seu bem-estar – quanto do outro – que entende que o indivíduo não possui um papel tão importante sendo o “fim” a unidade social – a partir das considerações de Elias, vão perdendo o sentido, dando lugar a um modelo em que indivíduo e sociedade não se encontram um acima do outro. Embora cada ser humano, a partir do nascimento, seja cuidado e criado por outros seres humanos, os quais já existiam antes dele e desta forma, o mesmo cresce e convive como parte de um todo social, isto

não significa que o indivíduo seja mais importante que a sociedade, bem como, a sociedade mais importante que o indivíduo. (ELIAS, 1994a).

Para o autor, as sociedades não possuem formas e estruturas que possam ser observadas ou até tocadas no espaço, por este aspecto, podem ser consideradas incompletas, pois, continuam abertas na esfera temporal, orientada pelo tempo – passado para o futuro – o qual pode ser observado por um fluxo contínuo como os pais, os filhos, assim por diante. De certa forma, os indivíduos tendem a seguir um fluxo e uma ordem. No dia a dia, as pessoas passam umas pelas outras e seguem suas metas, objetivos e neste sentido, Elias (1994a) alerta que mesmo com uma liberdade de movimento do indivíduo, existe uma ordem a qual não é perceptível. As pessoas fazem parte de determinado lugar, têm uma função, executam uma atividade ou trabalho específico. Neste contexto, os indivíduos se encontram cativos e, por conseguinte, realizam certos rituais, seja no trato com outros indivíduos ou no próprio comportamento. De acordo com Elias:

A ordem invisível dessa forma de vida em comum, que não pode ser diretamente percebida, oferece ao indivíduo uma gama mais ou menos restrita de funções e modos de comportamento possíveis. Por nascimento, ele está inserido num complexo funcional de estrutura bem definida; deve conformar-se a ele, moldar-se de acordo com ele e, talvez, desenvolver-se mais, com base nele. Até sua liberdade de escolha entre funções preexistentes é bastante limitada. Depende largamente do ponto em que ele nasce e cresce nessa teia humana, das funções e da situação de seus pais e, em consonância com isso, da escolarização que recebe. Também isso, esse passado, está diretamente presente de cada uma das pessoas que se movem apressadamente no bulício da cidade. É possível que o indivíduo não conheça ninguém nesse burburinho; mas em algum lugar, ele tem pessoas a quem conhece, amigos de confiança e inimigos, uma família, um círculo de relações a que pertence, ou caso agora esteja só, tem conhecidos perdidos ou mortos que vivem apenas em sua memória. (ELIAS, 1994a, p. 21).

Assim, os indivíduos se ligam uns aos outros – inclusive aqueles que não se conhecem – através de laços, os quais não são possíveis de serem vistos, mas que são constituídos através do trabalho, da escola, da igreja, de instintos, de afetos e etc., neste entrelaçamento, as pessoas se tornam dependentes umas das outras.

No contexto em que as relações entre os indivíduos são estabelecidas, Elias (1994a) indica a existência de uma estrutura específica no contexto funcional das relações. Isto pode ser verificado, a partir de uma tribo de criadores de gado, que é diferente de uma sociedade industrial. Não obstante, o autor ressalta que as competências mínimas das funções interdependentes, as quais moldam padrões e conferem características específicas a uma sociedade, não é originário de indivíduos particulares. Para tal assertiva, Elias

(1994a) justifica que independentemente do indivíduo – sua posição na estrutura – faz parte, bem como, representa uma função, que foi criada e, por conseguinte, mantida pela relação que se estabelece com outras funções, as quais ganham sentido e significado, quando verificada a estrutura e as tensões que emergem daquele contexto.

Assim, verifica-se que as funções que os indivíduos estabelecem, são interdependentes a outras de outros indivíduos e vice-versa. Neste sentido, Elias (1994a) ressalta que devido ao fato de estarmos inseridos numa sociedade complexa e nela conter várias ações de distintos indivíduos, os mesmos necessitam estabelecer vínculos ininterruptos, os quais vão formar longas cadeias, objetivando que as ações de cada indivíduo cumpram com suas finalidades.

Estas longas cadeias, embora não sejam visíveis, possuem aspectos que lhe conferem características elásticas, variáveis e mutáveis. Não obstante, as redes de funções que os indivíduos acabam por desempenhar relações, principalmente em função de outras, chama-se sociedade. A mesma é composta por estruturas, as quais, pode-se entender como “estruturas sociais”, bem como, “leis sociais” ou “regularidades sociais”, que se referem as leis autônomas que emergem nas muitas relações entre os indivíduos. (ELIAS, 1994a).

4.1.2 As configurações e as cadeias de interdependências

O objetivo deste subtópico, é demonstrar como Elias busca romper com o modelo sociológico, dito tradicional. Assim, ao refletir os discursos sobre a relação entre sociedade e indivíduo a partir de grupos que tinham posições distintas, Norbert Elias propõe um modelo, no qual, nem a sociedade e nem os indivíduos estão acima um do outro e desta forma, são colocadas lado a lado.

Ao propor um novo modelo, Elias estabelece conceitos, com os quais, objetiva em um primeiro momento, quebrar com a ideia e o entendimento de que indivíduo e sociedade fossem opostos e antagônicos. Sendo a sociedade formada por indivíduos e ao realizar tal proposição e pensar a relação entre sociedade e os indivíduos, Elias entende que os indivíduos formam configurações.

Corroborando com a ideia e o objetivo conceitual de configuração, cunhado por Elias, Quintaneiro (2010) entende que o conceito surge para avançar diante de uma confusa polarização das teorias sociológicas tradicionais, as quais colocavam, ora o indivíduo acima da sociedade, ora a sociedade acima do indivíduo.

Desta forma, entende-se que ao fazer o uso do conceito de configuração, se estabelece um outro entendimento sobre indivíduo e sociedade, pois, embora se caracterizem enquanto objetos, são inseparáveis no mundo humano.

Como conceito de configuração, Elias apresenta a seguinte definição:

Por configuração entendemos o padrão mutável criado pelo conjunto dos jogadores, não só pelos seus intelectuos, mas pelo que eles são no seu todo, a totalidade das suas ações nas relações que sustentam uns com os outros. Podemos ver que esta configuração forma um entrelaçado flexível de tensões. (ELIAS, 1980, p. 142).

Sobre o conceito de configuração, Quintaneiro (2010) aponta que o mesmo não está correlacionado apenas as relações harmônicas e ao equilíbrio, assim, tal conceito pode ser aplicado em relações que sejam conflituosas, que tenham características de instabilidade, disputa ou até de colaboração. Desta forma, pode ser aplicado em diversos grupos, sejam eles relativamente pequenos - como um par de pessoas, comunidade religiosa, grupo de estudos, moradores de um bairro e etc. – ou como sociedades constituídas por milhares ou milhões de indivíduos – cidade, nação – interdependentes. (ELIAS, 1980).

Outra característica, do modelo elisiano, é que a partir das configurações, os indivíduos estabelecem interdependências uns com os outros e formam verdadeiras cadeias. Assim, observa-se que as cadeias de interdependência que ligam os indivíduos e constituem as configurações, podem ser menores e mais simples de serem compreendidas ou maiores, mais diferenciadas e por consequência, mais complexas.

Como exemplo básico de como se forma uma configuração, Elias (1980) cita o ato de quatro pessoas se sentarem à volta de uma mesa para jogarem cartas. Neste caso, verifica-se que todo o direcionamento tomado no jogo, é um produto ou resultado de uma série de ações de um grupo de indivíduos que são interdependentes, resultando numa configuração dinâmica. (ELIAS; DUNNING, 1992). As configurações e seus indivíduos atuam como uma espécie de “corpo e alma”. Desta forma, quando se observa o jogo enquanto uma configuração, identifica-se uma movimentação dos jogadores em permanente interdependência, formando uma configuração dinâmica. Ao pensar sociedades mais complexas e alargadas, a visualização da sua dinâmica se apresenta com um grau mais elevado de dificuldade. (ELIAS; DUNNING, 1992).

Neste sentido, em uma configuração, encontra-se indivíduos que estabeleçam relações dependentes e mútuas, que são rodeadas por certas tensões e um equilíbrio

relacional de poder. Para Elias (1980) o jogo é relativamente autônomo em cada um dos jogadores individuais, pois, cada jogador, tem aproximadamente a mesma força. Ressalta-se que com relação ao poder, o mesmo correlaciona-se com as circunstâncias pessoais e sociais, podendo ser estável ou instável, por conseguinte, tal característica é marcante e estrutural de todas relações humanas.

Quintaneiro (2010) ao pensar os indivíduos nas configurações, realiza uma assertiva na qual, aponta em que cada indivíduo, movimenta-se e orienta-se por meio dela, objetivando realizar tanto suas próprias necessidades, quanto a dos demais, participando de diferentes maneiras. Desta forma, as diferentes interdependências que emergem no interior da configuração, são pautadas em diferentes graus ou níveis de associação e de complexidade, pois, o indivíduo se insere em diversas posições, recebendo influências de muitas outras pessoas.

Ressalta-se que as configurações não apresentam características fixas para sua formação, ou seja, podem ser constituídas por uma pluralidade de características:

[...] ser mais ou menos simples, estáveis efêmeras ou harmônicas; dotadas ou não de regras, por sua vez universais ou não; compostas por um ou muitos níveis de integração; formadas por apenas dois membros ou por milhões deles, indivíduos ou grupos que se vinculam por meio de suas interdependências e das funções que cumprem entre si. (QUINTANEIRO, 2010, p. 51).

Ainda de acordo com a autora, não são fechadas em si, nem compostas por um equilíbrio constante. Para ela, as configurações possuem certa plasticidade, um fluxo contínuo e a habilidade de transformação, neste sentido, podem ocorrer modificações do tipo estrutural, não sendo necessariamente definitivas.

No que se refere as dinâmicas das configurações, Elias e Dunning (1992) entende que estas são vinculadas ao processo de comportamento – os quais são adquiridos a partir das lutas no interior das configurações – dos indivíduos. Este processo é encaminhado através das estruturas sociais, mas também, é transformado por elas e, não obstante, as dinâmicas das configurações conservam um caráter “não planejado”. Isto se dá pelo fato dos entrelaçamentos e das ações, não serem intencionais dos grupos e indivíduos, a qual pertencem. Para Quintaneiro (2010), os movimentos que ocorrem nas configurações, não podem ser explicados por um primeiro evento do tipo estático, mas sim, por outros movimentos.

Ao pensar as configurações como algo não estático, tem-se nas interdependências um elemento central. Embora sejam elementos distintos, “configuração” e

“interdependência” estão interligados. Portanto, ao que parece, uma condição predeterminante para que exista uma configuração é a interdependência. Desta forma, verifica-se que os indivíduos vão se tornando dependentes uns dos outros, em um primeiro momento pela natureza (família) e posteriormente, por outras questões como a aprendizagem social, a educação, a socialização, as necessidades recíprocas que são socialmente geradas. (ELIAS, 1994b).

Como interdependência, pode-se compreender os laços que existem e se estabelecem entre os indivíduos unidos por meio de um sistema de diferenciação funcional, ressalta-se, que os laços que emergem nas interdependências podem ocorrer tanto no interior de uma mesma configuração, quanto de uma configuração para outra. (ELIAS; DUNNING, 1992). De acordo com Quintaneiro (2010), tais laços constituem-se como firmes ou transitórios, pessoais ou impessoais. Ainda de acordo com a autora, os vínculos estabelecidos entre as pessoas, de certa forma, objetivam dar respostas aos mais variados tipos de carências, sobretudo a amizade e o amor, que são consideradas as mais significativas e intensas.

As interdependências se dão de diferentes formas em sociedades distintas. Segundo Elias (1980) as variações se dão devido ao estágio de desenvolvimento que determinada sociedade se encontra. O autor acrescenta que as interdependências se modificam, no mesmo movimento em que as sociedades vão se tornando cada vez mais diferenciadas e estratificadas. Suas ligações podem ocorrer de diferentes formas sendo elas afetivas, políticas, econômicas, sociais e etc..

No que se refere as ligações do tipo afetiva – as quais tratam das necessidades emocionais, como a amizade e o amor –, só são possíveis, pois, os indivíduos dependem dos outros para alcançar suas satisfações e são pelos outros que as necessidades emocionais são realizadas. Neste sentido, Norbert Elias visualiza o indivíduo tendo sua imagem aberta, pronto para estabelecer relações e articulações com outros indivíduos tanto que se encontrem na mesma configuração, quanto em outras configurações, sendo real a profunda necessidade emocional que cada ser humano tem relativamente aos outros membros da sua espécie. (ELIAS, 1980). Não obstante, o autor esclarece que:

O significado destes aspectos pessoais das ligações humanas pode não ser inteiramente claro se usarmos como única ilustração o nexo de relações de uma pessoa isolada. No entanto, é essencial voltarmos à teia de relações pessoais dessa pessoa isolada, para ver como é que ela aparece do seu ponto de vista – como é que é sentida do ponto de vista da perspectiva do “eu”. Só assim se torna possível compreender toda cadeia de interdependências mais alargadas,

baseadas em ligações pessoais emocionais. Em unidades sociais pequenas, contendo relativamente pouca gente, a teia de relações pessoais de cada pessoa singular pode incluir nessa unidade todas as outras pessoas. A configuração das valências de afeição e de desapego de cada um será certamente diferente da dos outros. Contudo, enquanto a unidade se mantiver pequena, a configuração incluirá toda a tribo. À medida que as unidades sociais se tornam maiores e mais estratificadas, encontram-se novas formas de ligação emocional. Simultaneamente com ligações interpessoais, encontrar-se-ão ligações unindo as pessoas a símbolos de unidades maiores, unindo-se por exemplo, a cotas de armas, a bandeiras e a conceitos carregados de aspectos emotivos. (ELIAS, 1980, p. 150-151).

Neste sentido, pensar nas interdependências que os indivíduos estabelecem nas sociedades complexas e maiores, caracteriza-se como uma tarefa árdua, devido ao aumento das possibilidades das ligações. As relações que são estabelecidas do tipo face a face ou por meio da ligação a símbolos comuns, demarcam uma consciência alargada do “eu” e “nós”, o que segundo Elias sempre foi indispensável no estabelecimento de correlações entre pequenas tribos, bem como, de grandes unidades sociais, abrangendo milhões de pessoas. (ELIAS, 1980).

4.1.3 Perspectiva da identidade nós-eu

Até o momento, tentou-se apresentar o entendimento de Norbert Elias sobre alguns conceitos como o de “indivíduo”, de “sociedade”, de “configuração”, de “interdependência” e, não obstante, a proposição do modelo que o autor realiza e demonstra em suas obras entre indivíduo-sociedade e seus entrelaçamentos. Por conseguinte, pretende-se nesta seção articular os elementos e apresentar a ideia de identidade, a qual está contida na teoria elisiana. Para início, Elias se utiliza dos termos “identidade-eu” e “identidade-nós” para se referir a uma espécie de “identidade individual” e “identidade social” e/ou “identidade grupal” do indivíduo, respectivamente.

Ao pensar a perspectiva da identidade em Elias, verifica-se que a formação de concepções morais, controle das ações, as múltiplas formas de afetos, bem como, a questão temporal, são maneiras que os indivíduos encontram para agir, neste sentido, são considerados *habitus* sociais, os quais, são compartilhados com semelhantes e que integram a chamada estrutura da personalidade. (ELIAS, 1998). Ou seja, os diferentes modos de comportamentos dos indivíduos são apreendidos socialmente e internalizados, através de um grupo de pessoas, com as quais se estabelece relações. Entretanto, ressalta-se que o processo de internalização não ocorre de maneira simples, é fruto de um processo

de construção ao longo tempo, no qual o indivíduo vai internalizar sentimentos e exteriorizar nas mais diversas formas, dentre elas o *habitus*.

Sobre o conceito de *habitus*, Elias expressa que pode ser entendido como uma “segunda natureza”, como um saber social, o qual é incorporado pelo indivíduo. De acordo com o autor “O conceito não é, de forma alguma, essencialista; de fato, é usado em grande parte para superar os problemas da antiga noção de "caráter nacional" como algo fixo e estático”. (ELIAS, 1997, p. 9). Não obstante, entende-se a noção de *habitus*, como algo não estático e, por conseguinte, algo mutável com o passar do tempo, pois, as configurações, as sociedades passam e acumulam experiências, modificando-se, resultando num equilíbrio entre mudança e a continuidade.

Neste sentido, entende-se por mais que o *habitus* seja uma construção social, ele acaba por refletir na estrutura da personalidade do indivíduo, ou seja, está presente tanto na “identidade-nós”, quanto na “identidade-eu”, como indica Elias (1998, p. 114) “[...] um *habitus* social faz parte da estrutura de personalidade originária de todo indivíduo humano”.

Os coletivos/grupos, aqueles que partir dos quais emergem e/ou se constroem os *habitus* sociais, são denominados de configurações. Uma configuração – como já conceituado anteriormente – pode ser entendida por processos dinâmicos de interpenetração e interdependências, que os indivíduos estabelecem entre duas ou mais pessoas. São nas configurações que os *habitus* são construídos pelos indivíduos, internalizados e reproduzidos pelos mesmos.

O *habitus* social que é reproduzido internamente na configuração, vai regular o tipo de comportamento dos indivíduos pertencentes a ela. E, ao que parece, a “identidade-eu” está relacionada com as configurações que os indivíduos estabelecem nas relações.

Os indivíduos estão sempre abertos para estabelecer relações com seus pares, sejam eles conhecidos, desconhecidos, amigos, inimigos, famílias ou nações. De acordo com Elias (1994a) o indivíduo estabelece relações com outros semelhantes e coisas, tais relações em determinado momento se tornam saturadas e posteriormente insaturadas. Ainda de acordo com o autor, o ser humano, por natureza, pode e – mais do que isso – necessita estabelecer relações, sejam com coisas ou com seus semelhantes. Este atributo, de fato confere uma relação de auto-regulação psicológica e, por conseguinte, possibilita que o mesmo tenha uma flexibilidade, uma capacidade de se adaptar a modos diferente e mutáveis de relacionamentos, bem como, garante uma maleabilidade e mobilidade especiais.

E nessa peculiaridade da psique humana, em sua maleabilidade especial, sua natural dependência da moldagem social, reside a razão por que não é possível tomar indivíduos isolados como ponto de partida para entender a estrutura de seus sentimentos mútuos, a estrutura da sociedade. Ao contrário, deve-se partir da estrutura das relações entre os indivíduos para compreender a “psique” da pessoa singular. [...] Uma vez que o controle relacional relativamente indiferenciado da criança recém-nascida só se torna diferenciado e regulado por meios humanos na relação com os seres humanos na relação com outros seres humanos, o que emerge como “alma” do indivíduo adulto não é estranho à sociedade e associal “em si mesmo”, mas algo que, já em sua própria base, constitui função da unidade relacional de um poder superior a que chamamos de “sociedade”. Toda maneira como o indivíduo se vê e se conduz em suas relações com os outros depende da estrutura da associação ou associações a respeito das quais ele aprende a dizer “nós”. (ELIAS, 1994a, p. 39).

Neste sentido, torna-se ponto fundamental considerar a estrutura em que o indivíduo se encontra engajado, a qual estabelece suas relações, para posteriormente, compreender a trajetória e como resultado a singularidade do mesmo. De acordo com Rosa (2007) o autocontrole emerge, sobretudo da ação de coerção que a sociedade submete ao indivíduo, seja do seu comportamento, das suas emoções, por meio de muitos mecanismos, o qual está diretamente relacionado as posições que o indivíduo ocupa no interior das configurações. Não obstante, a autora ainda argumenta que do autocontrole, surge a individualidade.

Elias (1994a) indica que aquilo que se desenvolve e se molda no decorrer das relações não é nada passivo, mas sim, o núcleo ativo do indivíduo, aquilo que tem a capacidade de orientar o instinto pessoal e da sua vontade, em outras palavras, o verdadeiro “eu”. Ainda, de acordo com o autor “O que é moldado pela sociedade também molda, por sua vez: é a auto-regulação do indivíduo em relação aos outros que estabelece limites à auto-regulação destes”. (ELIAS, 1994a, p. 52). A título de exemplo, o autor utiliza a linguagem, indicando que no decorrer do desenvolvimento, o indivíduo aprende determinada língua, a qual está relacionada com o grupo e, não obstante, passa a integrar a personalidade do mesmo.

Sobre a “individualidade” Elias entende por:

[...] é, antes de mais nada, uma peculiaridade de suas funções *psíquicas*, uma qualidade estrutural de sua auto-regulação em relação a outras pessoas e coisas. “Individualidade” é uma expressão que se refere à maneira e à medida especial em que a qualidade estrutural do controle psíquico de uma pessoa difere da outra. (ELIAS, 1994a, p. 54).

Ao que parece, a “individualidade” se caracteriza como um aspecto da “identidade-eu”, em relação da camada da “identidade-nós”. Quintaneiro (2010) discorre que a “individualidade” pode ser entendida como o resultado e produto da articulação de diversos arranjos e oportunidades, as quais possibilitam determinada incorporação de modo particular, à camada da “identidade-nós” da identidade do indivíduo. De modo a ilustrar, a autora cita o contexto das confissões religiosas. Para ela, tais configurações estabelecem determinados *habitus* próprio e particular em relação aos seus fiéis. Este por sua vez, poderá ser verificado através das práticas, dos sentimentos, dos valores e visão de mundo dos fiéis.

A partir dos exemplos citados anteriormente – seja da “língua” ou das “confissões religiosas” – percebe-se que a grosso modo, a configuração na qual o indivíduo está inserido, vai exercer determinada influência tanto na camada da “identidade-nós”, ou seja, “aquilo” que o indivíduo vai ter em “comum” ou “idêntico” aos outros, quanto na camada da “identidade-eu”, sendo “aquilo” que vai singularizar ou diferenciar o indivíduo das demais pessoas. Para Rosa (2007), ao pensar a concepção de identidade elisiana, verifica-se que os indivíduos interdependentes constroem configurações e estas são estruturadas por laços e, por conseguinte, traços de personalidade. Ainda de acordo com a autora, a partir das estruturações dos traços de personalidade, uma espécie de “herança social” demarca alguns aspectos como o comportamento e a sensibilidade pessoal, culminando num desenvolvimento de uma personalidade individual de característica única.

Não obstante, Elias (1994a) demonstra – a partir da língua materna de um local qualquer – que a dinâmica processual da configuração da auto-regulação psíquica, se dá pelo fato do indivíduo ter crescido em determinada sociedade e essa, ter se tornado um ponto de referência singular na rede de interdependências, sendo tal manifestação única deste produto – língua materna. Assim, o autor entende que nenhum indivíduo que cresce excluído do convívio e da interação com outros humanos, não consegue captar potencial para atingir a “individualidade”. Neste sentido, o autor expressa o seguinte pensamento:

Somente através de uma longa e difícil moldagem de suas maleáveis funções psíquicas na interação com outras pessoas é que o controle comportamental da pessoa atinge a configuração singular que caracteriza determinada individualidade humana. Somente através de um processo social de moldagem, no contexto de características sociais específicas, é que a pessoa desenvolve as características e estilos comportamentais que distinguem de todos os demais membros de sua sociedade. A sociedade não apenas produz o semelhante e o típico, mas também o individual. (ELIAS, 1994a, p. 55-56).

O maior estágio de individualização dos indivíduos, está relacionado a inúmeras estruturas funcionais, as quais, ilustram a existência de uma pluralidade de configurações psíquicas de cada indivíduo que nela se estabelecem. Para Elias (1994a) as pessoas de uma sociedade, de modo geral, possuem aspectos que as caracterizam como individuais e diferentes de outras. Elas foram formadas e estão sempre ligadas a elementos como a natureza de sua auto-regulação psíquica, rede particular de funções e forma particular de vida comunitária. De acordo com o autor:

Aquilo que muitas vezes é conceitualmente separado como duas substâncias diferentes, ou duas camadas diferentes dentro do ser humano – sua “individualidade” e seu “condicionamento social” –, não passa, na verdade, de duas funções diferentes das pessoas em suas relações recíprocas, nenhuma das quais pode existir sem a outra. Trata-se de termos referentes à atividade específica do indivíduo em relação a seus semelhantes e a sua capacidade de ser influenciado e moldado pela atividade destes; referem-se à dependência dos outros; são expressões de sua função de matriz e moeda. (ELIAS, 1994a, p. 56).

Desta forma, percebe-se a existência da ideia de um equilíbrio entre as camadas identitárias “eu” e “nós” dos indivíduos, tal característica têm sido uma das ideias mais difundidas da Sociologia elisiana. Os sentimentos associados as camadas supracitadas, estão relacionados a processos e estes se caracterizam como eventuais ou prolongados, em que uma das faces sempre se prolonga e a outra diminui e vice-versa, como uma espécie de balança. (QUINTANEIRO, 2010).

Ao observar os usos dos pronomes pessoais – “eu”, “nós”, “eles” e etc. – pelo indivíduo, têm-se a ideia de que o mesmo sempre o faz em referência a outros indivíduos, inclusive com os quais se convive. Os elementos gramaticais utilizados, sempre serão interdependentes, jamais existiriam um sem o outro, desta forma, continuamente o “eu” estará inserido em um “nós”. (ELIAS, 1994 a)

Em suma, para compreendermos a concepção identitária elisiana, faz-se necessário observar num primeiro momento que a relação entre sociedade e indivíduo não está pautada numa hierarquia, ou seja, neste contexto nem a sociedade está posicionada acima do indivíduo, bem como, nem o indivíduo está posicionado acima da sociedade. Portanto, verifica-se que tanto a sociedade na verdade é um conjunto de indivíduos mutuamente interdependentes.

Neste sentido, observa-se que ao pensar a construção da identidade, ou melhor, das identidades a partir dos conceitos de Norbert Elias, verifica-se que tanto “identidade-nós”, quanto a “identidade-eu” do indivíduo é composta por diversas configurações. Cada

configuração, é responsável por determinado aspecto identitário e, não obstante, influenciará tanto na construção identitária social, quanto individual.

Embora o conceito de configuração construído por Elias já tenha sido apresentado no decorrer do texto, faz-se necessário retomá-lo. Desta forma, entende-se que uma configuração é formada e constituída por uma pluralidade de indivíduos interdependentes. É na configuração que modos de pensamentos e comportamentos são socialmente estabelecidos, moldados, apreendidos e internalizados através das participações dos indivíduos nas configurações, passando de “algo” consciente para uma espécie de “segunda natureza”, conformando-se como um de *habitus* social e por consequência *habitus* individual.

O *habitus* constituído na configuração, será uma espécie de código social e influenciará na construção das camadas da identidade “nós” e “eu”, pois, possui como característica de destaque, sua dinâmica. A dinâmica das configurações, se dão pelas diversas formas de relações e entrelaçamentos que os indivíduos interdependentes estabelecem uns com os outros. Vale ressaltar que o indivíduo, por característica, está sempre aberto para estabelecer relações de interdependência com outros indivíduos, tanto nas configurações a qual pertence, quanto em outras configurações na qual não pertence.

Tanto a “identidade-nós”, quanto a “identidade-eu” são dinâmicas e estão a todo momento em processo de construção e/ou reconstrução. Embora se configurem aspectos distintos, ambas são mutuamente interdependentes. De acordo com Rosa (2007), Elias entende que a relação entre “identidade-nós” e a “identidade-eu” varia de acordo com o modelo de sociedade. Assim, a partir do Renascimento, as sociedades foram se tornando mais complexas, especializadas e por consequência, a balança foi pendendo cada vez mais para a “identidade-eu”. Ainda de acordo com a autora:

A individualidade, portanto, é entendida como oriunda do autocontrole, da contenção de emoções e instintos, e não como algo naturalmente dado. Anteriormente, as sociedades exerciam um controle externo e coercitivo ao comportamento das pessoas por meio de vários mecanismos conforme suas posições nas configurações. Com o passar do tempo, esse controle social foi subsumido ao autocontrole. (ROSA, 2007, p. 138).

Desta forma, a partir dos mecanismos como o autocontrole, verifica-se uma tendência a individualização mais presente, em sociedades ditas complexas. Não obstante, o elemento memória tem o potencial de fomentar características individuais, as quais diferem de outros indivíduos é o que indica Rosa (2007). Entende-se que no

decorrer do processo de construção identitária “nós-eu”, a balança tende a pender para um lado ou para outro.

Esta dinâmica pode ser visualizada no momento em que o indivíduo nasce. No caso a criança, mesmo que de forma inconsciente, passa a pertencer a primeira configuração, sendo esta sua família, bem como, a estabelecer relações com seu primeiro grupo social. É neste momento, em que o indivíduo começa a receber os valores, costumes e crenças, as quais serão apreendidas e internalizadas, portanto, verifica-se que no decorrer deste processo, a camada da “identidade-nós” do indivíduo passa a ser construída.

No decorrer do tempo, o indivíduo vai ampliando seus vínculos e desta forma, estabelecendo outras relações, para além daqueles inseridos na primeira configuração. Estes vínculos normalmente serão estabelecidos por meio dos grupos institucionais como a escola, a igreja, o trabalho, entre outros.

Concomitantemente ao complexo processo mencionado, ocorre o desenvolvimento do indivíduo e, por conseguinte, a alteração das funções psíquicas individuais. Neste estágio, a pessoa vai adquirindo consciência e aumentando o grau da sua individualidade e desta forma, terá uma maior diferenciação em relação a outros membros da configuração. Para Rosa (2007):

O lado para o qual a “balança nós-eu” pende é que pode variar. Para que a balança penda para o lado “eu”, são necessárias formas mais conscientes de autocontrole e menor espontaneidade dos atos e do discurso. Paralelamente [...] os traços da identidade grupal nacional constituem uma camada do *habitus* social engravada muito profunda e firmemente na estrutura de personalidade do indivíduo. (ROSA, 2007, p. 139).

Assim, para que ocorra o processo de diferenciação social é necessário que os indivíduos interdependentes cumpram suas funções específicas dentro da configuração. Para exemplificar, Quintaneiro (2010) cita a tarefa do trabalho. Segundo a autora, no trabalho cada indivíduo vai cumprir uma série de atividades, tarefas e responsabilidades, as quais apresentam aspectos de coordenação e integração. A autora continua sua argumentação indicando que mudanças que ocorrem nos padrões de personalidade e estrutura social apresentam característica de interdependência citada anteriormente.

Neste sentido, Rosa (2007) indica que Norbert Elias apresenta dois modos pelos quais ocorrem as alterações na consciência do indivíduo, sendo eles:

[...] tanto pessoais quanto históricas. A autoconsciência e a imagem que os indivíduos fazem deles mesmos são próprias de um contexto específico. Essa forma do indivíduo se enxergar já foi e poderá ser vivenciada de outra maneira de acordo com as mudanças das configurações. Acrescenta-se que, na medida em que se transformam as imagens do universo (as concepções a respeito do mundo físico), a imagem que os seres humanos fazem de si também vai se caracterizando de outra forma. É possível, no entanto, observar, em certas sociedades, um aumento no conhecimento, um acúmulo do saber e, conseqüentemente, uma mudança na perspectiva de observação dos indivíduos em relação ao mundo-objeto e a eles mesmos. (ROSA, 2007, p. 138).

Vale ressaltar, que ao refletir sobre as mudanças nos processos de personalidade e nas estruturas sociais, Quintaneiro (2010) realiza os apontamentos de que tais mudanças que ocorrem, não são caóticas e são compostas por uma força irresistível. Ainda, a autora lembra que dentro das configurações, existem indivíduos que ocupam posições de destaque. Essas posições, objetivam auxiliar os mesmos nas lutas visando alcançar ou manter uma posição privilegiada da configuração. Neste sentido, é possível verificar que quando o indivíduo ocupa uma posição privilegiada na configuração, o mesmo pode ter a chance de influenciar o destino dos demais na configuração.

4.1.4 Modelos de construção da identidade clubística na perspectiva da balança “nós-eu”

Ao pensar a construção da identidade clubística, no que se refere a escolha por um time de futebol para torcer, esta pode ser influenciada pela configuração, na qual o indivíduo pertence. A ênfase de alguns aspectos positivos de determinado time, em relação a aspectos negativos de outros times podem ser utilizados pelos indivíduos que compõem a configuração para exercer uma certa pressão. Os indivíduos que se encontram mais engajados e que possuem uma posição privilegiada na configuração, podem exercer tal influência em outro indivíduo.

Em um primeiro momento, observa-se que tal escolha vai impactar o que se entende como a “identidade-nós”. Ou seja, o time de futebol configura-se com um símbolo de reconhecimento, coesão, elemento comum aos indivíduos pertencentes a mesma configuração.

Posteriormente, quando o indivíduo passa a estabelecer relações de interdependência com outros indivíduos e/ou passa a pertencer a outras configurações – alargando sua rede de interdependência –, o aspecto identitário clubístico, pode se tornar um elemento mais ativo no que se refere a “identidade-eu”. Não obstante, neste contexto apresentado acima, este aspecto identitário pode servir como elemento de diferenciação em relação aos outros indivíduos, emergindo assim determinadas tensões na configuração.

Ressalta-se que o indivíduo ao alargar sua rede de interdependência, pode encontrar outros indivíduos com o elemento identitário clubístico em comum. Neste caso, ambos podem estabelecer relações mais forte e coesa, em relação aos outros indivíduos. Desta forma, pode-se observar movimentos de alternância no que se refere as identidades “nós-eu”.

Outro aspecto a ser considerado, é quando a primeira configuração, na qual o indivíduo estabelece suas primeiras relações, não possui o mínimo de engajamento futebolístico. Este contexto torna-se problemático num primeiro momento, ao pensar a construção de uma identidade clubística, pois, se nesta primeira camada não se encontra o elemento identitário clubístico, aquele que vai moldar a camada “nós”, torna-se improvável que o indivíduo irá desenvolvê-lo sozinho.

Uma alternativa viável e possível, é que no decorrer do alargamento das cadeias de interdependências do indivíduo, o elemento identitário clubístico da camada “nós”, seja constituído através de outro grupo social, que não o primeiro.

Destaca-se que os aspectos apresentados neste tópico, foram pensados tendo como ponto de partida, as discussões e os elementos dos escritos do sociólogo Norbert Elias. Neste sentido, ressalta-se a importância de se investigar a dinâmica específica de cada configuração, para que se possa ter uma visão “real” das relações que se estabelecem para a construção de uma possível identidade clubística.

5 IDENTIDADE CLUBÍSTICA E GLOBALIZAÇÃO

O objetivo do presente artigo é compreender como a globalização tem influenciado na construção das identidades clubísticas. Desta forma, optou-se em apresentar uma breve contextualização do engajamento da globalização sobre o futebol e posteriormente, como este fenômeno tem impactado na construção de “novas possibilidades” de identificação clubística.

5.1 FUTEBOL E GLOBALIZAÇÃO: UMA BREVE APRESENTAÇÃO DO CASO BRASILEIRO E EUROPEU

O futebol tem se estabelecido como um dos esportes mais praticados no mundo (BARRINHA; NUNES, 2004). Não obstante, cada vez mais torna-se um produto de consumo, sobretudo com o advento da globalização. Assim, ao observar este fenômeno por um viés economista, verifica-se que:

A globalização econômica pode ser considerada como uma manifestação contemporânea de duas "leis imanentes do capitalismo": a tendência a romper os limites à livre circulação do capital e a propensão do capital a transpor suas fronteiras políticas e conquistar novos circuitos de valorização. (PRONI, 1998, p. 98).

Desta forma, entende-se que ao refletir sobre a globalização, observa-se que a mesma está enraizada por uma lógica mercantilista e capitalista de consumo. Ainda assim, Proni (1998) ressalta a existência de diversas abordagens que tratam da temática globalização, porém, o autor realiza a assertiva de que este é um processo que objetiva estabelecer relações internacionais globais. Não obstante, a temática transcende o campo econômico, abrangendo e se articulando com outros campos, como o político, o social, o espacial, o cultural entre outros.

Neste sentido, a partir dos aspectos acima citados, verifica-se que Robertson e Giulianott argumentam que a globalização pode ser entendida a partir de duas dimensões, sendo elas, “[...] la comprensión intensificada del mundo y la consciencia de los actores sociales que consideran el mundo como un lugar único.”. (ROBERTSON; GIULIANOTTI, 2006, p. 10). Ainda, os autores acima mencionados realizaram uma proposição para analisar a globalização. Segundo eles, para realizar uma análise sobre este fenômeno, faz-se necessário romper com o caráter dual entre o “local” e o “global”, como se estes aspectos cumprissem uma função opositora um em relação ao outro. Por

consequente, Robertson e Giulianotti (2006) destacam a ocorrência de uma espécie de interdependência entre elementos relacionados ao aspecto local e por consequência, o global. Desta forma, “[...] las culturas locales tienen una mayor capacidad para adaptar, moldear y redefinir el sentido de cualquier fenómeno global con objeto de satisfacer sus necesidades, creencias y costumbres”. (ROBERTSON; GIULIANOTTI, 2006, p. 10).

Assim, ao entender que o futebol possui características de um produto da indústria cultural, o mesmo não escapou das influências do fenômeno da globalização. Neste processo de mudanças, verifica-se que enquanto um fenômeno social, o futebol não passou ileso de sofrer influências e possíveis tendências da globalização, sobretudo entre os anos de 1970 e 1980.

Desta forma, Rodrigues (2007) indica que a partir da década de 1970, emergem alguns aspectos, os quais contribuíram para a chamada “nova fase” do futebol brasileiro, se configurando como reflexo inicial da apropriação do futebol pela globalização. Sendo assim, com o aumento do recurso financeiro no campo futebolístico, as partidas começaram a serem televisionadas, um maior salário, a saída para o continente europeu por parte dos jogadores, bem como, a constituição do Clube dos Treze, Lei Zico, Lei Pelé e, não obstante, o fim do passe no futebol brasileiro, são elementos que de certa forma caracterizaram um modelo do tipo futebol-negócio.

Ainda neste período, ocorreram mudanças relacionadas a algumas competições, com destaque para a realização do primeiro Campeonato Brasileiro¹², disputado em 1971. Concomitantemente, é neste período que o futebol europeu se modifica – ainda que de forma inicial – se configurando a partir de uma lógica do mercado global, o qual consiste em possuir um caráter de negócio, de espetacularização e de modernização, sendo desta forma, influenciado pelo fenômeno da globalização.

Não obstante, enquanto o futebol europeu apresenta uma nova tendência, mais precisamente o “futebol-empresa” (BARBOSA, 2007), no Brasil ao final da década de 1970, ouve-se falar sobre a crise do futebol brasileiro (HELAL; GORDON, 2002).

De acordo com os autores mencionados anteriormente:

Essa crise manifesta-se, por exemplo, na queda progressiva do número de espectadores das partidas de futebol, no aumento da violência nos estádios (principalmente entre as chamadas “torcidas organizadas”), na evasão de

¹² Entre os anos de 1959 a 1968, era disputada competição nacional denominada “Taça Brasil” e entre 1967 a 1970, era disputado a competição nacional denominado “Torneio Roberto Gomes Pedrosa/Taça de Prata”. Em 20 de dezembro de 2010, o então Presidente da Confederação Brasileira de Futebol – CBF assina a resolução nº 03/2010, que unifica todos os títulos nacionais, desde 1959. <http://cdn.cbf.com.br/content/201210/2102238941.pdf>.

jogadores para o exterior e no crescente endividamento financeiro dos clubes. (2002, p.37).

Mesmo com o desmembramento da Confederação Brasileira de Desportos (CBD) em outras confederações e a criação da Confederação Brasileira de Futebol (CBF) em 1979 (PRONI, 1998), tais movimentos não contribuíram para modificar o panorama do futebol brasileiro.

Verifica-se esta dinâmica na segunda metade da década de 1970, onde, por exemplo, na Itália, “[...] a televisão estatal passou a transmitir partidas selecionadas, uma vez por semana, pagando aos clubes uma quota por transmissão”. (PRONI; ZAIA, 2007, p. 21). Já no início da década de 1980, houve a liberação para logomarca nos uniformes dos times. Neste período a equipe italiana da Juventus de Turim, obteve um patrocínio cerca de US\$ 800 mil por ano, o que era considerado como o maior valor da época. Outras equipes como Milan da Itália e o Bayern de Munique da Alemanha, acertaram um patrocínio por cerca de US\$ 400 mil por ano (PRONI; ZAIA, 2007).

Já no Brasil, o futebol continuava apresentando problemas como déficit de organização e planejamento, ações eram idealizadas e a busca por estabelecer fórmulas realmente eficazes para aumentar o poder de arrecadação e faturamento (PRONI, 1998). Ressalta-se que no período supracitado, o país não passava por um momento econômico estável, o que contribuiu para fomentar uma crise econômica nos clubes brasileiros. Ainda sobre o momento econômico vivenciado pelo Brasil, Proni destaca que:

[...] a recessão econômica de 1981-1983 e o descontrole da inflação afetaram profundamente a rentabilidade da atividade futebolística, dando início ao que pode ser considerado como a crise mais séria do futebol brasileiro, desde a consolidação do profissionalismo. (PRONI, 1998, p. 218).

Não obstante, para tentar conter a crise que batia na porta dos clubes brasileiros, outras fontes de receitas emergiram, como a venda de jogadores para outros centros. Desta forma, verifica-se que “Após 1982, iniciou-se um êxodo maciço de jogadores para a Europa, o que contribuiu para desencantar ainda mais os torcedores”. (HELAL; GORDON, 2002, p. 48). Outro exemplo de fonte de receita que surgiu neste período para os clubes do futebol brasileiro, foi a transmissão das partidas ao vivo. Nesta “modalidade”, os clubes passaram a formatar um contrato com a televisão e a partir deste, teriam direito a receber determinado valor pelo mesmo. Porém, a partir das transmissões das partidas emergiu a seguinte polêmica:

A partir de 1987, iniciaram-se as transmissões ao vivo, gerando mais uma polêmica sobre o esvaziamento do público nos estádios e sobre as compensações financeiras dos contratos assinados pelos clubes com a televisão. (HELAL; GORDON, 2002, p. 48).

Ressalta-se que outros acontecimentos ocorreram na década de 1980, os quais foram impactantes e contribuíram para o desenvolvimento do futebol brasileiro como, a liberação do uso de propaganda nos uniformes, a televisão ajudando a divulgar o espetáculo futebolístico, os clubes passaram a receber determinada porcentagem da loteria esportiva, a criação do “Clube dos Treze”¹³. (PRONI, 1998; RODRIGUES, 2007).

Na década de 1990, mudanças no âmbito do direito esportivo e neste sentido, destaca-se o Decreto n. 981/93 o qual ficou conhecido como a “Lei Zico” e posteriormente transformado em Lei Federal n. 8.672/93¹⁴. Tinha em seu corpo elementos que objetivavam uma contribuição e o fomento do esporte no país. Entretanto, Mezzadri (2007) alerta que, para que ocorra de fato uma efetivação das transformações previstas nos documentos legais, é necessária articulação das ações tomadas pelos gestores nos diferentes níveis – federal, estadual e municipal –, bem como, da iniciativa privada e neste contexto estão incluídas as confederações, federações, ligas e clubes de futebol.

É no período supracitado, em que alguns clubes de futebol começam a se modernizarem. Proni apresenta algumas situações como os:

Exemplos como o do São Paulo (bicampeão mundial interclubes em 1992 e 1993), o do Palmeiras (bicampeão brasileiro e paulista em 1993 e 1994) e o do Grêmio, de Porto Alegre (que em 1996 foi campeão da Libertadores da América e do Campeonato Brasileiro), são sempre lembrados para confirmar a tese de que a obtenção de contratos milionários de patrocínio, a construção de centros de treinamento, a modernização do departamento de futebol [...]. (PRONI, 1998, p. 237).

Embora este movimento não tivesse pautado e organizado em um plano de ações, observa-se que tais clubes acabam por se destacar a partir do momento em que realizaram um movimento de estruturação nos diversos setores que compõem um clube de futebol.

¹³O “Clube dos Treze” foi constituído a partir da junção dos clubes mais “tradicionais” do futebol brasileiro, contemplando cinco estados inicialmente, sendo: Bahia: Bahia; Minas Gerais: Atlético Mineiro e Cruzeiro; Rio Grande do Sul: Grêmio e Internacional; Rio de Janeiro: Botafogo, Flamengo e Vasco; São Paulo: Corinthians, Palmeiras, Santos e São Paulo.

¹⁴ Ver: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8672impressao.htm

Ao mesmo tempo, no contexto futebolístico europeu, surgem situações que passam por questionar e problematizar a livre escolha e dinâmica dos jogadores profissionais. Isto pode ser verificado a partir do “Caso Bosman¹⁵”. Proni (1998, p. 181) destaca que, “Na época, a decisão foi considerada como um precedente revolucionário [...]”, e não obstante, observa-se que tal decisão, foi um divisor de águas no campo futebolístico, tanto para atletas, quanto para os clubes de futebol, impactando e de certa forma, direcionando o mercado global de transferências, não se restringindo apenas ao mercado europeu. Nota-se o quanto foram significativas as mudanças ocorridas, pois a relação entre clube de futebol e jogador se tornou mais flexível.

No Brasil, no que se refere a relação entre os clubes de futebol e os jogadores, houve uma modificação em meados da década de 1990. Mais precisamente, em 25 de março de 1998, foi aprovada pelo então Presidente da República, Fernando Henrique Cardoso, a Lei n. 9.615/98 que ficou conhecida como “Lei Pelé¹⁶”. Embora não se tenha alcançado mudanças profundas como se pretendia, “as maiores mudanças ficaram no âmbito do futebol profissional, em que se previa o fim da Lei do Passe¹⁷, a profissionalização dos clubes, a autonomia das empresas e a fiscalização do Ministério Público”. (MEZZADRI, 2007, p.124).

Entretanto, com o advento da “Lei Pelé”, os maiores beneficiados foram os jogadores (MEZZADRI, 2007). Neste sentido, os jogadores passaram a ter uma maior autonomia em suas carreiras, passando a escolher o clube, o qual desejam defender. Assim, com a abertura do mercado do exterior para jogadores brasileiros e a liberdade garantida pela Lei, anteriormente citada, Rodrigues argumenta que:

Os fatores que impulsionaram a saída de jogadores brasileiros para o futebol estrangeiro são: (i) os elevados salários pagos pelos clubes estrangeiros (cerca de cinco vezes mais que os clubes brasileiros); (ii) melhores condições de trabalho; (iii) a Lei Pelé (o fim do passe, a liberação/flexibilização do sistema de transferências de jogadores); (iv) o caso Bosman, que introduziu a liberdade de contrato e decretou o fim do sistema de cotas de jogadores estrangeiros nos países da Comunidade Europeia. (RODRIGUES, 2007, p. 69).

¹⁵ O Caso Bosman: Bosman foi um jogador belga que atuava em um clube da segunda divisão do seu país em 1988, entretanto em 1990, teve um grande corte em seu salário, também o mesmo foi impedido de se transferir para um clube Francês, assim entrou na justiça comum para tentar a liberação e tentar jogar. No ano de 1995, a UEFA perde a causa, o que provoca inúmeras e significativas transformações no futebol.

¹⁶ Ver: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9615Compilada.htm

¹⁷ A Lei do Passe: A Lei do Passe nº 6.354/76, a qual foi elaborada no sentido do Estado (Regime Militar), buscava centralizar o poder. Neste sentido, a Lei do Passe mantinha o jogador de futebol preso ao clube, sendo assim o mesmo não tinha o direito de escolher qual agremiação defender.

Ao que parece, tanto a “Lei Pelé” – Brasil –, quanto o “Caso Bosman”, foram elementos centrais e estimulantes no que se refere ao movimento de transferências de jogadores de um clube de futebol para outro.

Ao pensar o mercado futebolístico brasileiro, destaca-se a Lei nº 10.671 que ficou “[...] conhecida como Estatuto do Torcedor¹⁸.” (MEZZADRI, 2007, p. 125), a qual foi sancionada pelo Presidente da República, Luis Inácio Lula da Silva. Assim, a Lei supracitada, de certa forma, protege e acaba por aproximar o torcedor, para um perfil mais consumidor do produto/espetáculo chamado futebol. Ainda, acaba por impor aos clubes, como também as Federações e ao poder público, deveres os quais precisam ser cumpridos, com a finalidade de proporcionar segurança, conforto e de modo geral, condições necessárias para que o torcedor/consumidor possa desfrutar do espetáculo.

Assim, o futebol vem ganhando cada vez mais um caráter de espetáculo/produto, o qual os torcedores, ocupam a figura de verdadeiros consumidores. Ressalta-se, que no contexto do Brasil, jogadores – aqueles que são as principais figuras para que o espetáculo possa ser construído e consumido – tem deixado cada vez mais cedo os palcos/campos brasileiros. Isto se dá, muito em função de todo processo apontado anteriormente, bem como, uma grande disparidade econômica entre clubes de futebol brasileiros e europeus.

A grande diferença econômica, tem forçado os clubes brasileiros a criar fontes de receitas e neste sentido, Ribeiro (2007, p. 53) argumenta que “[...] a exportação de jogadores constitui a principal fonte de divisas do futebol latino americano, e na sua ampla maioria o destino é a Europa.”. Desta forma, uma situação que tem se tornado recorrente, é o fato que “[...] os torcedores brasileiros cada vez menos têm a oportunidade de ver em seu time, jogadores que atuem na seleção brasileira.” (BARBOSA, 2007, p. 176), mais do que isto, em alguns casos, os jogadores nem se quer chegam a estrear no time profissional.

Através do contexto acima citado, verifica-se que alguns elementos têm se alterado neste processo. Um deles é o da identificação entre o torcedor com o jogador, que segundo Barbosa (2007, p. 176) “A criação de vínculos identitários entre os torcedores e os jogadores diminui à medida que o tempo de permanência dos jogadores nos clubes torna-se cada vez menor.”, neste sentido, cria-se um esvaziamento na identificação, no surgimento de representações, como o mito, o ídolo e/ou o herói, podendo fomentar problemas com o vínculo de pertencimento clubístico.

¹⁸ Ver: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2003/L10.671compilado.htm

5.2 A GLOBALIZAÇÃO E OS CLUBES GLOBAIS

O futebol tem sofrido mudanças sobretudo nas últimas décadas. Modificações ocorreram em diversos campos, como no midiático, no econômico, no político, no social e no cultural e que acabaram impactando profundamente no campo esportivo e consequentemente no futebolístico. Tais impactos, se deram de forma diferente entre Brasil e Europa. Desta forma, destaca-se que o modelo de organização do futebol na Europa, segundo Proni (1998), apresentou sucesso e rentabilidade, pois, algumas ligas transformaram seus campeonatos, numa espécie de produto, e assim, agregaram valor para a indústria do entretenimento de massas. Ainda de acordo com o autor, o sucesso e a rentabilidade alcançada, foram reflexos de estratégia das emissoras de televisão de canais fechados, os quais, optaram por espelhar um modelo utilizado nos EUA (Estados Unidos da América), o qual consistia em direitos de exclusividade. Sobre o modelo estabelecido na Europa, o qual é conhecido como “futebol-empresa”, Proni destaca que:

Foi ao longo dos anos oitenta, portanto, que o sucesso do "futebol-empresa" fez aumentar a mercantilização dos campeonatos, os quais foram se estruturando em função da demanda por programações esportivas na TV e do surgimento de novas opções de marketing esportivo. Nos principais países da Europa Ocidental, a transmissão sistemática pela TV de partidas domésticas e de torneios da UEFA, ao vivo, impulsionou arranjos para a obtenção de patrocínios milionários e valorizou os contratos de fornecimento de material esportivo e de *merchandising*. Além disso, o crescente interesse por anúncios comerciais durante as transmissões levou também os canais abertos de televisão a disputar com as redes estatais o direito de exploração das imagens e a pagar valores crescentes pela transmissão de torneios oficiais. (PRONI, 1998, p. 158).

Neste sentido, percebe-se que mídia – televisão – ocupou um papel fundamental na valorização, na transformação, no crescimento e na construção de um produto de relativo sucesso. Com o passar do tempo, os meios de comunicação foram se modificando e assim ampliando sua abrangência. De acordo com Barrinha e Nunes (2004) a evolução dos meios de comunicações, em um primeiro momento, por satélite e num segundo momento, por cabos de fibra óptica, foram fundamentais para a multiplicação das informações em escala global, a partir década de 1990. Ainda de acordo com os autores, a partir da abertura das comunicações, as mensagens combinadas com som e imagem, estimularam a abertura de diversos canais fechados. Desta forma, com o crescimento de dos canais como a ESPN – que dedicava 24 horas por dia de sua grade em transmissões

esportivas – houve uma intensificação e por consequência, briga por audiência, o que era muito interessante, pois, quanto maior a audiência, maior são as receitas de publicidade e, não obstante, maior será também o valor pago pela transmissão dos jogos.

Neste sentido, Barbosa (2007) argumenta que as condições que transformaram o futebol e que contribuíram para a construção de uma identidade dita global, foram consolidadas na década de 1990, com os aspectos citados anteriormente, somando-se a isto, a articulação da unificação europeia e a construção de uma legislação trabalhista, a qual objetivou a não distinção dos trabalhadores por suas nacionalidades no contexto da Comunidade Europeia. Outro elemento apontado pelo autor, que emerge como um produto dos pontos apresentados anteriormente é a Lei Bosman, sendo a partir desta, considerado estrangeiros, apenas jogadores de origem não comunitária, Barbosa (2007).

Após da criação da Lei Bosman, Rial descreve o sistema futebolístico a partir da seguinte argumentação:

O sistema futebolístico vive hoje na chamada era pós-Bosman, momento de adequação do futebol à demanda capitalista de maior flexibilidade nas relações de trabalho, com a substituição de laços de reciprocidade entre o clube e o jogador por relações capitalistas entre o clube empregador e o empregado jogador. Essa maior ingerência do campo econômico sobre o sistema futebolístico aumentou enormemente a circulação dos jogadores entre os clubes, e fez com que os clubes passassem a atuar numa lógica próxima a de empresas capitalistas, ocorrendo até o surgimento de clubes cujo objetivo central é o lucro econômico, auferido com a venda de jogadores, e não as vitórias no campo esportivo. (RIAL, 2009, p. 4).

Por conseguinte, toda essa mudança, acabou por ocasionar impacto nos clubes de futebol europeu, os quais viraram uma espécie de entidades globais, pois, os times são compostos por diversos jogadores das mais variadas nacionalidades, isto por de ser verificado através de times como Real Madrid, Barcelona, Arsenal, Chelsea, Liverpool, Manchester City, Manchester United, Bayer de Munique, Juventus, Milan e Inter de Milão. (BARBOSA, 2007). Como clubes globais, entende-se:

Os clubes que conseguem efectivamente globalizar-se tornam-se marcas com a capacidade de vender produtos – transmissões dos jogos, mas também camisolas e outros elementos de merchandising – numa escala quase universal. Estes clubes têm adeptos, e mesmo associações de adeptos, espalhados até por países onde historicamente o futebol nunca teve grande implantação. (BARRINHA; NUNES, 2004, p. 132).

Ainda de acordo com os autores, ao mapear a economia global do futebol, verifica-se que o Brasil, mesmo sendo considerado o “país do futebol”, configura-se hoje,

apenas como um exportador de jogador. (BARRINHA; NUNES, 2004). Isto pode ser verificado em reportagem publicada no site do jornal “O Globo”, em 31 de janeiro de 2019, intitulada “Jogadores brasileiros são os que movimentaram mais dinheiro em transferências em 2018”. A reportagem apresenta um relatório construído pela FIFA que trata do mercado de transferências internacionais de jogadores de futebol. A partir dos dados apresentados, construiu-se a seguinte tabela:

Tabela 11 – Número de transferências envolvendo jogadores de futebol brasileiros

Ano de transferência	Número de transferências
2014	1.335
2015	1.582
2016	1.642
2017	1.755
2018	1.753

Fonte: ADAPTADO DE JORNAL “O GLOBO”: “**Jogadores brasileiros são os que movimentaram mais dinheiro em transferências em 2018**”. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/esportes/jogadores-brasileiros-sao-os-que-movimentaram-mais-dinheiro-em-transferencias-em-2018-23416176>. Acesso em 01 fev. 2019.

A partir da tabela apresentada, observa-se uma tendência no aumento do número de transferências de jogadores do futebol brasileiro. Neste sentido, é possível inferir que a venda de jogadores por parte de clubes brasileiros, configura-se como uma importante fonte de recursos e receitas. Isto pode ser verificado a partir do estudo realizado pela empresa BDO RCS Auditores Interdependentes (2017), sobre o valor das marcas dos clubes do futebol brasileiro, o qual aponta que a transferência de atletas é a segunda maior fonte de receita dos clubes brasileiros (14%), perdendo apenas para o crescimento dos contratos televisivos (50%). Não obstante, entende-se que a disparidade econômica futebolística entre Brasil e centros estabelecidos, como o mercado europeu e centros emergentes, como o mercado chinês e Oriente Médio, contribuem para que os números de exportações se elevem. Ainda, destaca-se que a desvalorização da moeda nacional contribui para que clubes do exterior contratem um maior número de atletas brasileiros (BDO RCS, 2017).

Neste sentido, observa-se que o Brasil ocupa lugar de destaque no ano de 2018, no que se refere transferências de jogadores por nacionalidade, entre compras e vendas para o exterior:

Tabela 12 - Transferência de jogadores por nacionalidade no mercado futebolístico 2018 (continua)

Tabela 13 - Transferência de jogadores por nacionalidade no mercado futebolístico 2018 (conclusão)

Nacionalidade	Número de transferências
Brasileiros	1.753
Argentinos	891
Britânicos	691
Franceses	668
Colombianos	616

Fonte: JORNAL “O GLOBO”: “**Jogadores brasileiros são os que movimentaram mais dinheiro em transferências em 2018**”. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/esportes/jogadores-brasileiros-sao-os-que-movimentaram-mais-dinheiro-em-transferencias-em-2018-23416176>. Acesso em 01 fev. 2019.

Ressalta-se que quando se trata de transferências para o exterior, o Brasil, sempre tem ocupado os primeiros lugares no ranking global em números absolutos, sendo: 2014 (1º), 2015 (2º), 2016 (1º), 2017 (1º) e 2018 (1º)¹⁹.

Entretanto, quando se trata de investimento na compra de atletas, os clubes brasileiros se encontram atrás dos grandes clubes europeus, os quais podem ser localizados nas grandes ligas europeias – Inglaterra, Espanha, Itália, Alemanha e França – se posicionando na 18ª colocação, atrás de mercados como China, Arábia Saudita, Argentina e México. (O GLOBO, 2017).

Tabela 14 – Valores gastos pelas ligas na compra de jogadores

Posição	Liga	Valores em dólares
1º	Inglaterra	1.981 bilhão
2º	Espanha	1.352 bilhão
3º	Itália	848.9 milhões
4º	Alemanha	485 milhões
5º	França	469.1 milhões
18º	Brasil	55.6 milhões

Fonte: ADAPTADO DE JORNAL “O GLOBO”: “**Jogadores brasileiros são os que movimentaram mais dinheiro em transferências em 2018**”. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/esportes/jogadores-brasileiros-sao-os-que-movimentaram-mais-dinheiro-em-transferencias-em-2018-23416176>. Acesso em 01 fev. 2019.

¹⁹ Destaca-se que dos países que aparecem na tabela 10, o Brasil é mais populoso, seguida da Grã-Bretanha com aproximadamente três vezes menos população, França com quase três vezes menos população, Colômbia com quase quatro vezes menos população e Argentina com quase cinco vezes menos população. Ao visualizar a população versus os números de transferências realizadas por cada país, verifica-se que relativamente a Argentina é o país com maior número de transferências de jogadores, seguido da Colômbia, Grã-Bretanha, França e Brasil.

Desta forma, quando se faz uma análise dos números apresentados anteriormente, percebe-se que os clubes brasileiros, conformam um mercado futebolístico com um perfil que se aproxima muito mais do formador e exportador de novos – cada vez mais – e bons jogadores, do que de um mercado de perfil protagonista. Como um dos reflexos, observa-se que os clubes europeus têm adentrado ao mercado brasileiro conquistando torcedores, não ocorrendo o inverso, ou seja, os clubes brasileiros não conquistam torcedores de fora.

Em uma pesquisa realizada pela Pluri Consultorias (2013), a qual trata sobre a relação entre clubes de futebol europeu e torcedores brasileiros, verificou-se que os jovens estão sendo atraídos para torcer por clubes de futebol europeu. Ainda, a pesquisa apresenta alguns indícios e pistas, sobre a construção de novas facetas identitárias clubísticas.

Neste sentido, observa-se que a pesquisa demonstra – ao se referir aos grandes clubes europeus – que os mesmos, já possuem um número expressivo de torcedores no Brasil, os quais estão se organizando através de grupos, sobretudo, em diversas redes sociais. Ainda, a pesquisa revela a tendência, de jovens aderirem a um time nacional e outro do exterior.

Em pesquisa realizada pelo Instituto IBOPE Repucom²⁰ (2017), a qual objetivou em mapear o perfil e os hábitos das torcidas brasileiras entre os meses de junho, julho e agosto, apontou que um dos aspectos identificados pelo estudo foi o interesse por times do futebol do exterior, sendo eles:

Tabela 15 – Top cinco na preferência por estrangeiros

Posição	Junho	Julho	Agosto
1	Barcelona	Barcelona	Barcelona
2	Real Madrid	Real Madrid	Real Madrid
3	Manchester United	Chelsea	Paris Saint-Germain
4	Bayern de Munique	Manchester United	Bayern de Munique
5	Juventus	Bayern de Munique	Chelsea

Fonte: IBOPE Repucom – DNA Torcedor 2017.

A partir da tabela acima apresentada, observa-se algumas tendências, no que se refere aos hábitos da torcida brasileira, na escolha do clube de futebol do exterior.

²⁰ A Pesquisa IBOPE Repucom (2017) contou com uma população brasileira de 16 anos ou mais, totalizando 159,7 milhões de indivíduos e uma amostra de 6.006 entrevistas realizadas, a partir da seguinte questão: “Qual time você torce ou simpatiza mais como 2º time do coração? ”.

Verifica-se que os times citados, foram protagonistas em suas ligas e fizeram uma temporada 2016-2017 de destaque, conquistando títulos de suas respectivas ligas nacionais ou internacionais.

Em um primeiro momento identifica-se que clubes espanhóis como Barcelona e Real Madrid, tiveram uma constância no momento da realização das entrevistas e por consequência, obtiveram a preferência da torcida brasileira. A conquista da La Liga pelo Barcelona e a UEFA Champions League pelo Real Madrid, contribuíram neste processo. Os clubes ingleses Chelsea e Manchester United, também tiveram destaque no período por suas conquistas, sendo a Premier League e Europa League respectivamente. Mesmo sendo derrotada na final da Champions League, a Juventus de Turim da Itália teve um aumento na sua visualização. O Paris Saint-Germain da França apareceu com destaque no ranking, muito devido ao efeito Neymar – enquanto um jogador global – fazendo que o clube francês atingisse o top 3 na escolha dos torcedores brasileiros. E, o Bayern de Munique da Alemanha se manteve entre os clubes de futebol estrangeiro mais citados.

De modo geral, através da pesquisa Ibope Recupom (2017) percebeu-se que elementos como a organização, o alto nível técnico dos torneios, a crescente oferta de transmissão de jogos, bem como, a digitalização do esporte, ampliam os meios para que o torcedor passa acompanhar os mais diversos campeonatos europeus de qualquer lugar do globo, contribuindo para que times do exterior ganhem torcedores brasileiros.

Todo o processo da construção de uma espécie de bifiliação clubística, tem como ponto inicial a modificação da forma de transmissão dos jogos, seja pela disseminação da Tv por assinatura e via internet. (PLURI CONSULTORIA, 2013). Esta oferta tem aumentado cada vez mais e, por conseguinte, os brasileiros tem diversas opções de canais fechados como, por exemplo, ESPN, Fox e Sportv. Embora os canais citados transmitam também campeonatos nacionais do Brasil, suas programações pautam-se – em sua grande maioria – na cobertura de campeonatos europeus como o inglês, espanhol, italiano, alemão, francês, português e até holandês. Não obstante, transmitem diversas copas nacionais dos países europeus e, por conseguinte, é possível acompanhar as duas maiores competições de clubes do mundo, como a Europa League e a UEFA Champions League.

Ainda de acordo com a pesquisa Pluri Consultorias (2013) a TV a cabo, com o passar do tempo, vem fomentando uma mudança no gosto pelo time para torcer dos brasileiros, algo muito parecido – relativamente – com o que o rádio fez anos atrás. Nesta perspectiva, a TV aberta (Globo e Bandeirantes) tem optado por transmissões de partidas da UEFA Champions League e (Rede Tv) pela transmissão da Premier League –

Campeonato Inglês – e Série A – Campeonato Italiano – aos sábados à tarde. Ainda de acordo com o Blog do Ohata (2017), é possível destacar que a Rede Globo – detentora dos direitos de transmissão do Campeonato Brasileiro – cogitou em transmitir a estreia de Neymar Jr., pelo Paris Saint-Germain no Campeonato Francês, ao invés da partida do Campeonato Brasileiro. Porém, desistiu da ideia e optou pela transmissão do campeonato nacional brasileiro.

Assim, é possível perceber um avanço de clubes do exterior sobre os brasileiros e ao que parece, quanto mais se popularizar a TV por assinatura, mais rápido e consistente esse avanço será. O instituto Pluri Consultorias (2013) aponta alguns elementos que constroem o futebol jogado no exterior, como uma boa opção de entretenimento, pois, os estádios de maneira geral, se encontram sempre lotados, grande quantidade de jogadores globais e/ou de alto nível, a forma que o jogo flui – sendo mais dinâmico –, a bola corre mais, por consequência, fica menos tempo parada e bem como, situações de anti-jogo como simulações são vaiadas.

Não obstante, ainda é difícil fazer algum tipo de “previsão” sobre como o mercado do futebol brasileiro irá reagir a respeito desta “invasão” de times do exterior. Ao que parece, a possibilidade de existir cada vez mais indivíduos que torcem para dois times, sendo um nacional e outro do exterior é cada vez maior.

5.3 FUTEBOL E GLOBALIZAÇÃO: A INTERNET COMO ELEMENTO CONSTRUTOR DE IDENTIDADES CLUBÍSTICAS VIRTUAIS

Ao pensar as identidades clubísticas a partir dos aspectos citados anteriormente no presente texto, sobretudo com o advento da globalização, torna-se necessário refletir como a internet – mais especificamente as redes sociais – tem impactado nas diferentes possibilidades de construção das identidades, neste caso, a clubística. Para Jungblut (2008) o ciberespaço se conforma num novo território civilizacional, sendo este um dos “locais” onde ocorre o movimento dos processos identitários. O autor argumenta que:

Quase tudo que ocorre nesse espaço cibernético, que surge principalmente com a emergência das redes de comunicação mediadas por computador (sobretudo a Internet), possui correspondentes no chamado “mundo real”, aquele universo de coisas que não trafegam através dos modems e não são visualizadas através dos monitores de computador. (LUNGBLUT, 2008, p. 122).

A identidade na contemporaneidade indica o surgimento do sujeito com uma identidade individual relativamente autônoma, sendo submetido a novas lógicas a partir

de novos mecanismos de relações sociais. É a partir das novas formas de comunicação que vão surgindo com passar do tempo, que emergem “lugares” imateriais com atributos relacionados ao lazer e sociabilidade. (LUNGBLUT, 2008).

A partir dos elementos citados anteriormente, Nóbrega (2010), aponta que com o surgimento da internet, as redes virtuais de relacionamento emergem e passam interferir sobre as questões identitárias. Ainda de acordo com o autor:

Dentro da mídia, as redes sociais de relacionamentos como, [...] Twitter, Facebook, My Space, LinkedIn e jogos como o Second Life, dentre outros, configuram-se como um cenário amplo em que é permitido construir e divulgar a – ou as, já que o plural revela-se sempre mais adequado para falar de identidade – concepção identitárias que se deseja. (Nóbrega, 2010, p. 96).

Sendo a identidade algo que está em constante construção e reconstrução, entende-se que a internet enquanto um “lugar” imaterial, também se configura como um “local” de construção e de representação identitárias. Ou seja, as novas formas de comunicações, a partir das mídias sociais, possibilitam que as identidades e representações se construam. Como mídias sociais ou redes sociais entende-se como todo conjunto de atores que utilizam determinado meio – mídia – formando entrelaçamentos e laços sociais. (MARTINS, 2013). Desta forma, quando o ator faz o uso de alguma mídia, avança para um espaço livre para as manifestações das ideias e posições identitárias, apresentando aspectos que considera relevantes, para centenas de pessoas. (LUNGBLUT. 2008).

Considera-se como atores, não somente os indivíduos, mas também as diversas instituições que utilizam e interagem através de qualquer tipo de mídia, seja com outros sujeitos ou instituições. Neste sentido, entende-se como atores, também os clubes de futebol, os quais cada vez mais tem adentrado ao ciberespaço e utilizado as mais diversas redes sociais para angariar possíveis fãs.

Neste sentido, sobre o aspecto de uma possível construção identitária clubística virtual, identifica-se as redes sociais como:

[...] um espaço de construção dos sujeitos. Um local onde aqueles que se identificam unem-se sob a perspectiva do pertencimento. Pertencer a uma determinada comunidade virtual é compartilhar um mesmo território, os mesmos sentimentos e impressões. É exhibir-se da forma que se achar mais conveniente, carregando consigo a segurança de ter ao lado várias outras pessoas que pensam da mesma forma e que assim reforçam o ideal de grupo. (NÓBREGA, 2010, p. 97).

Ainda de acordo com o autor, as construções das identidades virtuais ocorrem num espaço simbólico. Neste sentido, quando o indivíduo torna público algo, por meio das redes de relacionamentos, entende-se que aquilo é a representação de si mesmo. Sendo assim, verifica-se que “As redes sociais são espaços abstratos em que são estabelecidos laços afetivos e representações.” (NÓBREGA, 2010, p. 97).

As redes sociais têm se configurado num espaço onde os clubes de futebol buscam explorar, objetivando o ganho de visibilidade e, por conseguinte, agregar novos fãs.

Em relação aos clubes do futebol, observa-se que de acordo com os números do Ranking digital dos clubes brasileiros realizado pelo instituto de pesquisa IBOPE Repucom em fevereiro de 2019, o qual leva em conta as seguintes redes sociais: Facebook, Twitter, Instagram e YouTube, houve um aumento no número de inscritos.

Tabela 16 – Rank digital dos clubes de futebol brasileiro – fevereiro 2019 – Facebook, Twitter, Instagram e Youtube (Novas inscrições)

Estado	Clubes	Novas Inscrições (%)
São Paulo	Corinthians, São Paulo, Palmeiras e Santos	497.759 (38%)
Rio de Janeiro	Flamengo, Vasco da Gama, Botafogo, Fluminense	346.518 (27%)
Minas Gerais	Atlético Mineiro, Cruzeiro	204.794 (16%)
Rio Grande do Sul	Grêmio, Internacional	91.095 (7%)
Ceará	Fortaleza, Ceará	84.315 (6%)
Bahia	Bahia	31.143 (2%)
Goiás	Goiás	15.560 (1,2%)
Paraná	Athletico Paranaense	14.862 (1,1%)
Alagoas	CSA	10.708 (0,8%)
Santa Catarina	Avaí, Chapecoense	5.996 (0,5%)

Fonte: Adaptado Pesquisa IBOPE Repucom.

De acordo com o instituto IBOPE Repucom (2019), no início da temporada houve um aumento de 1,3 milhão no número de inscrições. O maior número registrado nos últimos 12 meses. Os clubes da série “A” situados nos estados de São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais e Rio Grande do Sul, foram responsáveis por cerca de 88% das novas inscrições. Ainda de acordo com a pesquisa do IBOPE Repucom, aspectos como a pré-temporada, a qual renova a expectativa dos torcedores a partir da movimentação do mercado, pode ser um dos indicadores responsáveis pelo aumento das inscrições. Nesta

perspectiva de aumento no volume de inscrições, emerge a oportunidade de clubes, parceiros, patrocinadores, atletas, sócio torcedores e fãs de buscarem converter os resultados em pontos positivos.

A partir de um estudo realizado pela RESULT Sports²¹ e publicado no portal Globoesporte.com, no dia 04 de janeiro de 2019, na guia futebol internacional, verifica-se a composição do ranking global das equipes de futebol, quando levado em conta o engajamento nas seguintes redes sociais: Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, Sina Weibo e Others, Dailymotion, Flickr, Foursquare, Google+, Periscope, SoundCloud, Ren Ren, Tencent, WeChat e Youku.

Tabela 17 – Rank global dos times de futebol x comunidade digital

Posição	Clube	Liga	Comunidade Digital
1	Real Madrid	La Liga – Espanha	242,984,560
2	FC Barcelona	La Liga – Espanha	240,008,783
3	Manchester United	Premier League – Inglaterra	137,054,693
4	Chelsea FC	Premier League – Inglaterra	90,100,111
5	FC Bayern München	Bundesliga – Alemanha	79,219,881
6	Arsenal	Premier League – Inglaterra	76,210,718
7	Manchester City	Premier League – Inglaterra	72,330,250
8	Juventus	Serie A – Itália	69,481,168
9	Liverpool FC	Premier League – Inglaterra	67,113,716
10	Paris Saint-Germain	Ligue 1 – França	66,754,031
11	AC Milan	Serie A – Itália	44,419,893
12	Borussia Dortmund	Bundesliga – Alemanha	28,449,103
13	Galatasaray	Süperlig – Turquia	28,420,870
14	Atlético de Madrid	La Liga – Espanha	26,167,880
15	Corinthians	Camp. Brasileiro – Brasil	21,901,620
16	Flamengo	Camp. Brasileiro – Brasil	21,718,461
17	Al Ahly SC	Premier League – Egito	21,088,382
18	Fenerbahce	Süperlig – Turquia	21,010,112
19	Tottenham Hotspur	Premier League – Inglaterra	19,705,883
20	FC Internazionale	Serie A – Itália	17,357,035
21	Club América	Liga MX Clausura – México	16,790,150
22	Boca Juniors	Primera División – Argentina	16,260,134
23	Persib Bandung	Liga 1 – Indonésia	15,920,566
24	River Plate	Primera División – Argentina	15,349,044
25	AS Roma	Serie A – Itália	14,824,001
26	São Paulo FC	Camp. Brasileiro – Brasil	13,777,495
27	Besiktas	Süperlig – Turquia	13,298,072
28	Al-Hilal	Saudi Pro League – Arábia Saudita	12,888,256
29	Deportivo Guadalajara (Chivas)	Liga MX Clausura – México	11,866,207
30	Leicester City	Premier League – Inglaterra	11,154,219

²¹ Result Sports: É uma plataforma alemã especializada em comunicação e marketing esportivo.

Fonte: Adaptado de Globoesporte.com apud RESULT Sports. Disponível em: <https://globoesporte.globo.com/futebol/futebol-internacional/noticia/real-madrid-e-o-maior-clube-nas-redes-sociais-corinthians-e-fla-lideram-no-brasil-aponta-pesquisa.ghtml>. Acesso em: 01 de fev 2019.

De acordo com a pesquisa veiculada no site Globoesporte.com, foram consultadas algumas plataformas chinesas e observou-se o crescimento do futebol em relação a este público. Não obstante, verificou-se o aumento não só de caráter nacional, mas com destaque para a presença do futebol europeu com Manchester United e Manchester City, possuindo mais fãs na rede social “Sina Weibo” do que o clube local Guangzhou Evergrande. Ainda, a pesquisa destaca que clubes brasileiros e por consequência, sul-americanos, não conseguiram explorar o mercado chinês. Porém, ressalta-se que com a disputa da recente final da Taça Libertadores da América, entre Boca Juniors e River Plate, ambos os clubes ganharam cerca de 1 milhão de seguidores a partir do “Superclássico das Américas”.

Outro aspecto que a pesquisa destaca, está relacionado ao jogador global. Desde que o jogador português Cristiano Ronaldo foi contratado pela Juventus de Turim da Itália, a “Vecchia Signora” ganhou um elevado número de seguidores. Com a chegada do astro português, a equipe italiana ultrapassou clubes como Liverpool e Paris Saint-Germain, alcançando a marca de 69.481.168 fãs.

Embora os dados da pesquisa apresentem uma visão global, na relação de torcedores brasileiros com times do exterior, mais precisamente sobre as redes sociais, percebe-se que as mesmas se configuram enquanto elementos que exercem a função de aproximar o torcedor não só, do clube de futebol europeu de preferência, mas também de outros torcedores que partilham do mesmo gosto.

De acordo com Chaves, Mazzei e Rocco (2016) esse processo perpassa pelo avanço das novas tecnologias, a valorização do futebol enquanto um produto esportivo por partes dos gestores de clubes de futebol europeu, os quais exercem ações que ampliam o interesse por atletas, pelos times e passam a enxergar e valorizar o produto como entretenimento.

Neste sentido, os games também contribuem para a construção desta imagem, pois, os jogos virtuais de futebol, muitas vezes, tem sido a primeira experiência de crianças e jovens com o esporte e, não obstante, os níveis dos jogadores e por consequência, dos times europeus são muito mais elevados, quando comparados com clubes de futebol brasileiro. Ainda, ressalta-se que em alguns jogos, a produtora não detém os direitos, por exemplo, do campeonato brasileiro e em outros casos, a produtora

detém um acordo com a CBF, porém, necessita realizar um acordo de licenciamento da imagem virtual de forma individual com cada atleta, o que torna o processo complexo.

Como reflexo de todo o contexto mencionado anteriormente, pesquisas tem demonstrado que jovens brasileiros, cada vez mais, têm torcido por clubes do exterior. De acordo com o Portal UOL Esporte, o Instituto IBOPE Repucom realizou pesquisas e encontrou os seguintes resultados, em 2013 64% dos jovens de 18 a 29 anos, torciam também para times estrangeiros, em 2015 o índice passou para 69% e 2016 72% indicaram ter preferência por times do exterior.

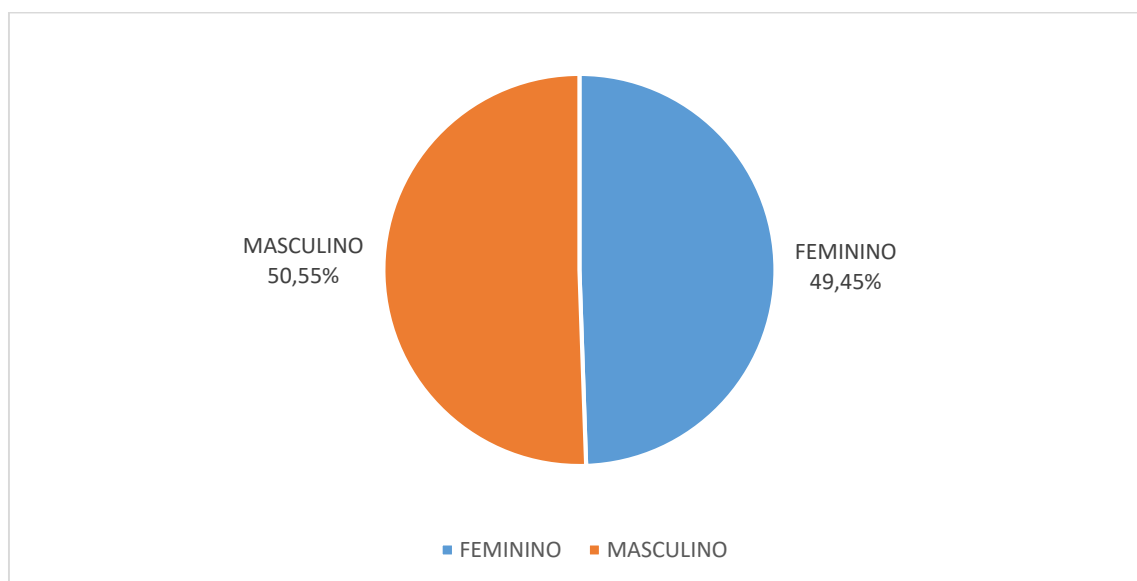
Vale ressaltar que os times europeus se mostram preparados quando o assunto é angariar torcedores. De acordo com o Portal UOL Esportes, ao ser questionado sobre por que o brasileiro deveria torcer para determinado time europeu, identificou-se respostas como possibilidade de assistir partidas pela internet e a facilidade por adquirir produtos oficiais, links direcionando o torcedor para fã-clubes oficiais, vantagens e descontos ao se tornar membro de um fã-clube brasileiro oficial, orientação de como o torcedor pode fundar um fã-clube local, entre outros aspectos foram citados.

Desta forma, com a internet e a constituição de um ambiente virtual, as redes sociais, se tornam cada vez mais um terreno fértil e propício para a construção de novas identidades clubísticas. Fomentando assim, o processo de desterritorialização de signos e símbolos, tornando-os cada vez mais identificáveis dentro de uma cultura global (BARBOSA, 2007), movimento este, que vêm ocorrendo com os clubes europeus em relação aos torcedores brasileiros.

6 DISCUSSÃO DOS DADOS

No presente texto, objetiva-se apresentar e discutir os dados coletados. Não obstante, primeiramente pretende-se resgatar alguns aspectos e, por conseguinte, apontar elementos que nos ajudam a visualizar o perfil dos sujeitos participantes do presente estudo. Desta forma, a partir do gráfico um, é possível verificar o perfil da amostra em relação ao gênero dos sujeitos.

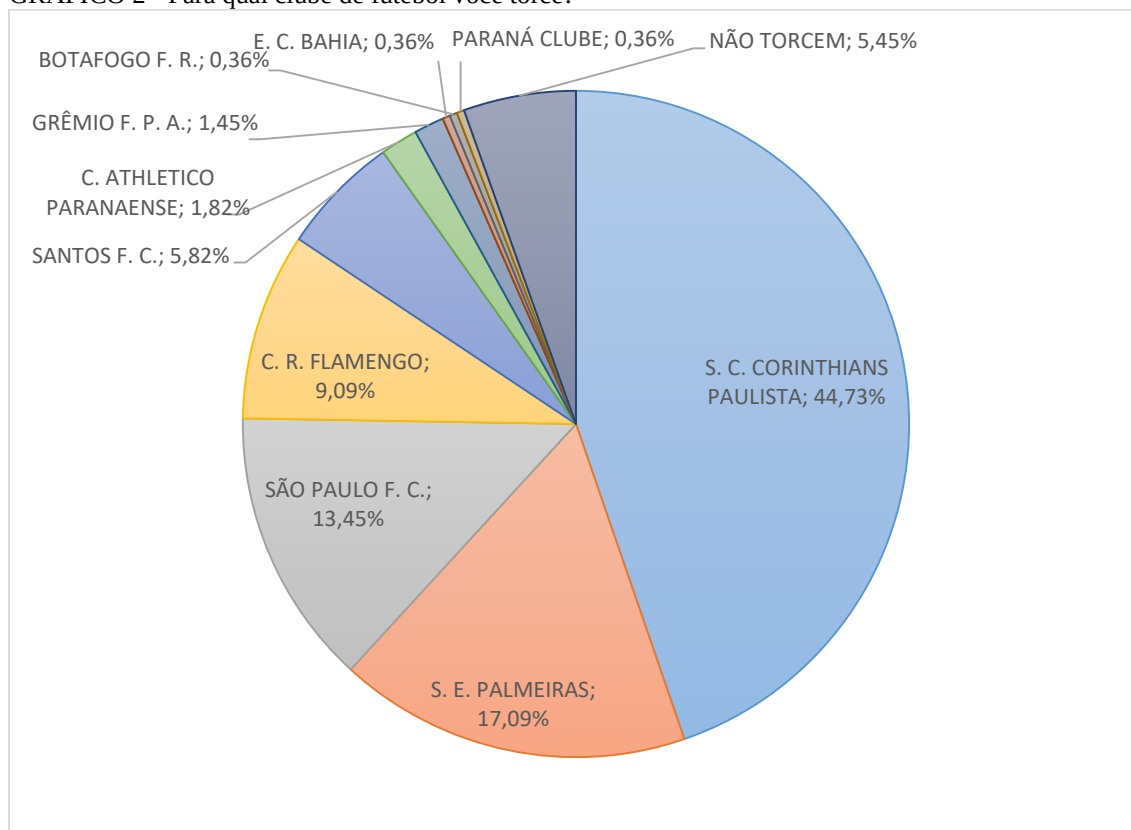
GRÁFICO 1 - Amostra por gênero



Fonte: O autor.

Os sujeitos participantes da presente pesquisa são indivíduos que moram na cidade de Telêmaco Borba, Estado do Paraná e completaram dez anos de idade no ano de 2018. A amostra contou com 275 sujeitos e foi constituída por indivíduos que residem tanto em bairros localizados em áreas centrais da cidade, quanto em áreas periféricas, assim, entende-se que os participantes do estudo conformam uma amostra com um *habitus* diversificado. Ainda, no que se refere ao perfil da amostra, identificou-se – a partir do gráfico um – a não existência de uma grande disparidade no que se refere aos gêneros masculino 50,55% (139) e feminino 49,45% (136). Dando sequência, construiu-se o gráfico dois, a partir da seguinte questão: “Para qual clube de futebol, você torce?”.

GRÁFICO 2 - Para qual clube de futebol você torce?



Fonte: O autor

Quando se pensa na construção da “identidade-nós” ou “identidade-eu”, entende-se que ambas são multifacetadas e neste sentido, a faceta esportiva, neste caso, mais precisamente a futebolística, pode constituir ou não a identidade do indivíduo.

A partir do gráfico dois, percebe-se um panorama em que 94,55% (260) dos indivíduos definiram um time para torcer. Ou seja, visualiza-se que a faceta futebolística se encontra presente no processo dinâmico da construção identitária desses indivíduos. Dos 94,55% (260) indivíduos que indicaram ter definido um time para torcer, verificou-se que 50,38% (131) indivíduos pertencem ao gênero masculino e 49,62% (129) indivíduos pertencem ao gênero feminino.

No que se refere aos clubes de futebol que foram indicados pelos participantes do estudo, observa-se que 81,09% (223) torcem para clubes do estado de São Paulo. Quando se leva em conta equipes localizadas na região sudeste, soma-se as equipes C. R. Flamengo e Botafogo F. R., as indicações sobem para 90,54% (249). Sobre os clubes do Estado do Paraná, Athletico Paranaense e Paraná Clube juntos somam 2,18% (6), Grêmio F. P. A. do Estado do Rio Grande do Sul com 1,45% (4), a Região Nordeste, com o Estado da Bahia estão representados com E. C Bahia 0,36% (1).

Assim, entende-se que os clubes “ditos grandes”, os quais foram citados e se encontram localizados no chamado eixo Rio-São Paulo, configuram-se como uma espécie de clubes “transregionais”, em outras palavras, são clubes que transcenderam suas cidades, Estados e Regiões, nas quais estão localizados. Acredita-se que uma série de motivos contribuíram para que tais clubes de futebol, alcançassem este status.

Desta forma, um dos elementos que podem ser citados é o processo histórico da formação do Estado do Paraná, que se deu de forma tardia, quando comparado com outros Estados brasileiros. Neste sentido, é possível verificar de acordo com Swain (1988) que a partir do século XX, o governo do Estado iniciou uma série de concessões e a partir destas, o povoamento do estado começa a se intensificar. Os movimentos são vindos do Sul do país com os gaúchos, descendentes de imigrantes europeus e São Paulo. Assim ao que parece, desde sua formação, observa-se que o Estado do Paraná se conforma como um território composto por diferentes povos, com diferentes culturas e, por conseguinte, diversas identidades.

Além do processo histórico, é possível elencar outros aspectos como valores de patrocínio, a visibilidade na Tv aberta e etc., os quais contribuem para que a realidade dos clubes se configurem como distintas. (MOSKO, 2007), pois, por exemplo, o clube de futebol que possui maior receita, teoricamente tem condições de montar uma equipe competitiva para disputar títulos. Desta forma, ao verificar a receita total dos clubes citados no gráfico dois, no ano de 2017, identificou-se o seguinte panorama:

Tabela 18 – Receita total dos clubes no ano de 2017

Posição	Clube	Receita Total em RS milhões – ano 2017
1	C. R. Flamengo	648,7
2	S. E. Palmeiras	503,7
3	São Paulo F. C.	480,1
4	S. C. Corinthians Paulista	391,2
6	Grêmio F. B. P. A.	341,3
8	Santos F. C.	287,0
9	Botafogo F. R.	280,5
13	C. Athletico Paranaense	161,3
16	E. C. Bahia	104,9
-	Paraná Clube	Pesquisa não apresentou receita

Fonte: Adaptado de Sports Value. **FINANÇAS DOS CLUBES BRASILEIROS EM 2017**. Disponível em: <http://www.sportvalue.com.br/wp-content/uploads/2018/05/Sports-Value-Financas-Clubes-Brasileiros-Maio18.pdf>. Acesso em 02 dez 2018.

De acordo com a tabela acima, identifica-se grande disparidade entre os clubes. De acordo com Mosko (2007), a diferença da receita alcançada pelos clubes do futebol brasileiro vai influenciar na capacidade de investimento, sobretudo na montagem de uma equipe com jogadores qualificados, tornando-as cada vez mais competitivas. Não à toa, que os times mais citados, além de possuir maior potencial de investimento, estão posicionados entre os maiores campeões tanto a nível nacional, quanto a nível internacional. Consequentemente, estão quase sempre cotados como favoritos a ganhar títulos.

Ainda de acordo com o autor mencionado anteriormente, as equipes que possuem muitos torcedores espalhados pelo território brasileiro, terão vantagem no momento de negociar cotas de televisão, patrocinadores, materiais esportivos e estabelecer novas parcerias, pois, a arrecadação está intimamente ligada com o número potencial de consumidores (MOSKO, 2007), valorizando, assim, a marca do clube de futebol.

Outro aspecto na qual a quantidade de torcedores influencia é na dinâmica das transmissões pela Tv aberta, a qual:

[...] privilegiam os clubes de maior torcida no país, independentemente de suas atuações nos campeonatos, mesmo não tendo se concretizado as previsões de um único investidor fechar a parceria com mais de um clube, ou de alguns investidores serem proprietários de canais de televisão. A explicação para esta realidade está no já comentado número de torcedores, que determina quais os clubes a serem privilegiados, já que o importante para a mídia televisiva é o seu alcance em termo de consumidores do espetáculo. (MOSKO, 2007, p. 90).

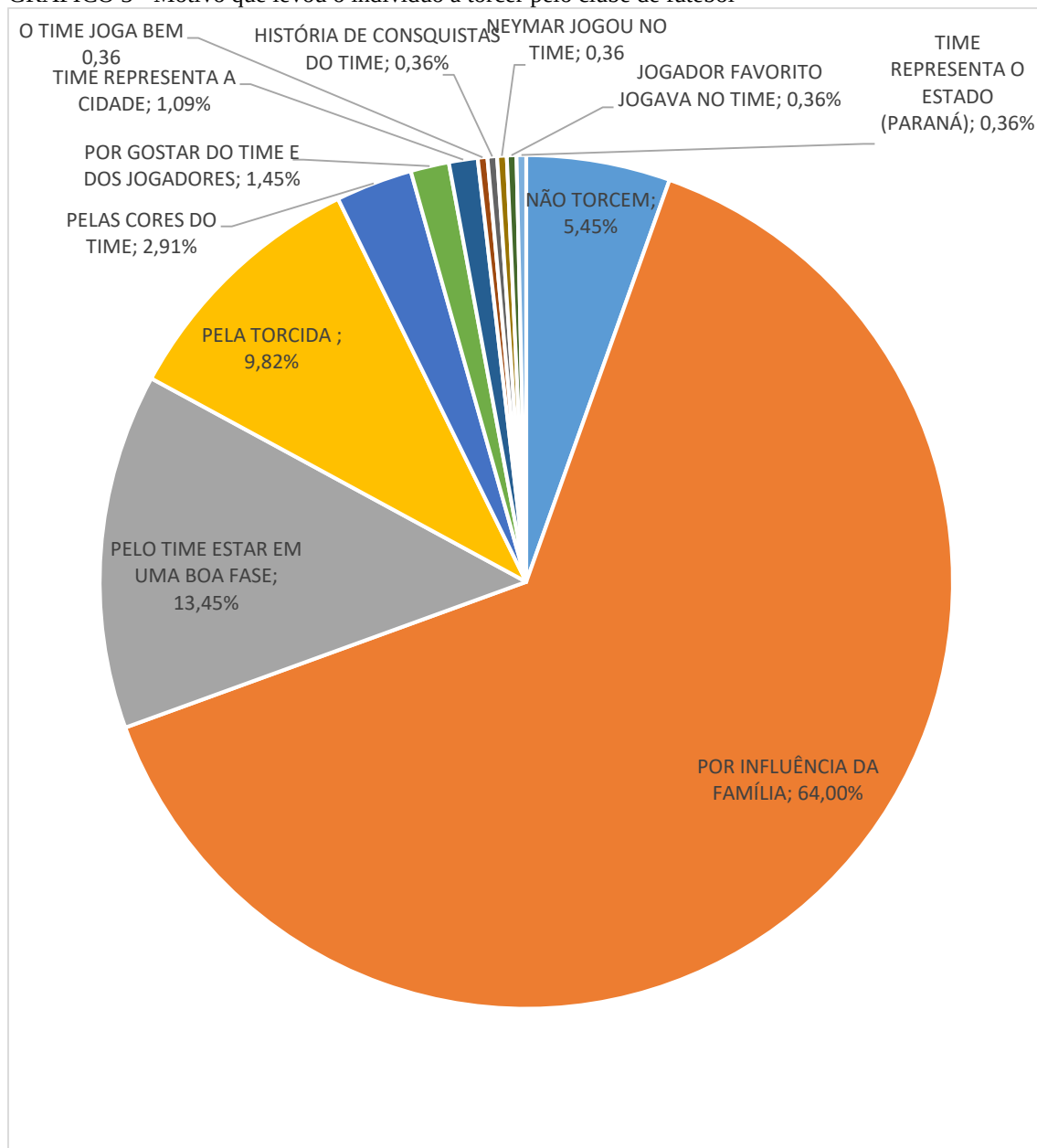
Assim, se faz necessário que cada vez mais, que os clubes de futebol que não apresentem tanto alcance territorial em termos de torcedores, construam e elaborem estratégias que objetivam maior exposição da equipe e por consequência, concretizar parcerias.

Ainda sobre a questão um, ressalta-se os indivíduos poderiam indicar dois times, caso torcessem, configurando-se assim, de acordo com Vaconcelos (2001), uma espécie de bifiliação clubística. Desta forma, identificou-se que 83,46% (217) dos sujeitos participantes do estudo, não torcem para um segundo time nacional, não obstante, 16,54% (43) indicaram torcer. Os times citados, enquanto o segundo time do “coração”, foram C. R. Flamengo com 27,91% (12), São Paulo F. C. 25,58% (11), S. C. Corinthians Paulista 20,93% (9), S. E. Palmeiras com 20,93% (9), Paraná Clube com 2,33% (1) e Santos F. C. com 2,33% (1). Acredita-se que o número de indivíduos que torcem para um segundo time brasileiro seria maior, caso a cidade possuíssem um time local. Sendo assim,

pensasse de maneira hipotética que o sujeito torceria para o time local e um nacional, pois, ambos dificilmente competiriam do ponto de vista esportivo, com os mesmos objetivos.

A questão dois aborda o motivo que levou o indivíduo a realizar tal escolha clubística “Por que você escolheu torcer por este clube de futebol?”.

GRÁFICO 3 - Motivo que levou o indivíduo a torcer pelo clube de futebol



Fonte: O autor

A partir do gráfico três, identifica-se que emergiram 12 categorias. Porém, ao analisá-las, observou-se que algumas categorias poderiam ser reagrupadas numa

categoria maior e mais ampla e, por conseguinte, emergiu a possibilidade de suas análises serem feitas em conjunto.

Neste sentido, identificou-se que a categoria “Família” com 64,64% (176) como predominante. Norbert Elias (1994a) indica que quando o indivíduo nasce, ele passa a pertencer a determinado grupo de pessoas, ou seja, a um grupo social. Este aspecto de pertencer a grupos é característica fundamental para o desenvolvimento psicológico e social do ser humano. Este grupo, no qual o indivíduo estabelece suas primeiras relações, também pode ser reconhecido ou chamado de família.

Elias (1994a) argumenta que é por meio do convívio social que os indivíduos vão se transformando em sujeitos mais complexos. Assim, entende-se que uma criança não nasce com seus padrões de controle e comportamento estabelecidos, bem como, seus instintos e sua língua, os quais são aprendidos e apreendidos do decorrer e desenvolvimento das relações. Neste sentido, o autor expõe a seguinte ideia:

Não existe um grau zero da vinculabilidade social do indivíduo, um “começo” ou ruptura nítida em que ele ingresse na sociedade como que vindo de fora, como um ser não afetado pela rede, e então comece a se vincular a outros seres humanos. Ao contrário, assim como os pais são necessários para trazer um filho ao mundo, assim como a mãe nutre o filho, primeiro com seu sangue e depois com o alimento vindo de seu corpo, o indivíduo sempre existe, no nível mais fundamental, na relação com os outros, e essa relação tem uma estrutura particular que é específica de sua sociedade. Ele adquire sua marca individual a partir da história dessas relações, dessas dependências, e assim, num contexto mais amplo, da história de toda a rede humana em que cresce e vive. Essa história e essa rede humana estão presentes nele e são representadas por ele, quer ele esteja de fato em relação com outras pessoas ou sozinho, quer trabalhe ativamente numa grande cidade, ou seja, um naufrago numa ilha a mil milhas de sua sociedade. (ELIAS, 1994a, p. 31).

Em outras palavras, o indivíduo desde pequeno, vai internalizando, mesmo que de forma lenta, valores, crenças, entre outros aspectos, os quais serão apreendidos como uma espécie de *habitus* social. O *habitus*, a partir da concepção elisiana, enquanto uma segunda natureza, como um saber social que é construído e que passam a ser parte integrante de qualquer estrutura de personalidade (ELIAS, 1998), influenciando assim, a construção da identidade social e individual do sujeito.

A ação de torcer por determinado clube de futebol é algo que é apreendido socialmente, ou seja, nenhum indivíduo nasce torcendo, mas, aprende a torcer, sobretudo quando está inserido numa configuração, a qual a faceta futebolística se faz presente na identidade social e por consequência, na identidade individual dos indivíduos que a formam.

Nesta perspectiva, entende-se que as primeiras experiências, as quais os indivíduos têm – dentro da configuração “família” – se apresentam com uma enorme significância para as tomadas de decisões futuras.

Em seguida, identificou-se como segunda categoria, o “Time estar em uma boa fase” com 13,45% (37). Quando fala-se ou ouve-se que “time X” ou “time Y” está em boa fase, tem-se a ideia que o mesmo está conseguindo êxito não só em partidas, mas também em campeonatos, conquistando-os ou realizando boas campanhas nas competições, gerando assim, certo prestígio ou acúmulo de “capital simbólico²²”, em detrimento de outros times. Desta forma, entende-se que quanto mais um clube de futebol conquistas títulos de competições nacionais, como o Campeonato Brasileiro e a Copa do Brasil ou internacionais, como a Copa Libertadores da América, a Copa Sul-americana e o Mundial de Clubes, maior será acúmulo de capital simbólico, bem como seu prestígio em relação aos torcedores.

A tabela a seguir, apresentará os clubes de futebol que foram campeões nacionais e internacionais de 2008 até 2018:

Tabela 19 – Clubes de futebol brasileiro campeões nacionais e internacionais (2008-2018) (continua)

Ano	Camp. Brasileiro	Copa do Brasil	Copa Libertadores	Copa Sul-Americana	Mundial de Clubes	Recopa Sul-Americana
2008	São Paulo F. C.	Sport C. R.	-	S. C. Internacional	-	-
2009	C. R. Flamengo	S. C. Corinthians Paulista	-	-	-	-
2010	Fluminense F. C.	Santos F. C.	. C. Internacional	-	-	-
2011	S. C. Corinthians Paulista	C. R. Vasco da Gama	Santos F. C.	-	-	S. C. Internacional
2012	Fluminense F. C.	S. E. Palmeiras	S. C. Corinthians Paulista	São Paulo F. C.	S. C. Corinthians Paulista	Santos F. C.
2013	Cruzeiro E. C.	C. R. Flamengo	C. Atlético –MG	-	-	S. C. Corinthians Paulista

²² Sobre o conceito de capital cf. BOURDIEU, Pierre. Questões de sociologia. Rio de Janeiro: ed. Marco Zero. 1983.

Tabela 20 – Clubes de futebol brasileiro campeões nacionais e internacionais (2008-2018) (conclusão)

Ano	Camp. Brasileiro	Copa do Brasil	Copa Libertadores	Copa Sul-Americana	Mundial de Clubes	Recopa Sul-Americana
2014	Cruzeiro E. C.	C. Atlético – MG	-	-	-	C. Atlético – MG
2015	S. C. Corinthians Paulista	S. E. Palmeiras	-	-	-	-
2016	S. E. Palmeiras	Grêmio F. B. P. A.	-	A. Chapecoense F.	-	-
2017	S. C. Corinthians Paulista	Cruzeiro E. C.	Grêmio F. B. P. A.	-	-	-
2018	S. E. Palmeiras	Cruzeiro E. C.	-	C. Athletico Paranaense	-	Grêmio F. B. P. A.

Fonte: Adaptado Globoesporte.com. **LISTA DE TÍTULOS DOS CAMPEÕES BRASILEIROS.** Disponível em: <https://globoesporte.globo.com/futebol/times/palmeiras/noticia/lista-de-titulos-dos-campeoes-brasileiros-ranking.ghtml>. Acesso em: 30 dez 2018. Adaptado Campeõesfutebol.com. Disponível em: <https://www.campeoesdofutebol.com.br/index.htm>. Acesso em 30 dez 2018.

Ao considerar somente os clubes com títulos nacionais e internacionais entre 2008 a 2018, tem-se a seguinte configuração do total de títulos: S. C. Corinthians Paulista (7), Cruzeiro E. C. (4), S. E. Palmeiras (4), C. Atlético- MG (3), Grêmio F. B. P. A (3), Santos F. C. (3), S. C. Internacional (3), C. R. Flamengo (2), Fluminense F. C. (2), São Paulo F. C. (2), C. Athletico Paranaense (1), A. Chapecoense F. (1), Sport C. R. (1), C. R. Vasco da Gama (1).

Assim, ao pensar na categoria “Boa Fase” e cruzar os dados com o gráfico dois, identifica-se que times como S. C. Corinthians Paulista, S. E. Palmeiras tiveram um grande volume de indicações. Não obstante, verificou-se que alguns clubes, mesmo não se consagrando, enquanto campeões, alcançaram lugares de destaque nas principais competições que disputaram, sendo vice-campeões, como o Cruzeiro E. C. (vice da Libertadores 2009), Fluminense F. C. (vice da Copa Sul-Americana 2009), São Paulo F. C. (vice Brasileiro 2014), C. R. Flamengo (vice da Copa do Brasil 2016, vice da Copa Sul-Americana 2017, vice Brasileiro 2018), Santos F. C. (vice da Copa do Brasil 2015, vice Brasileiro 2016), S. E. Palmeiras (vice Brasileiro 2017) entre outros. Desta forma, acredita-se que tais equipes foram aumentando seu volume de capital simbólico e por

consequência, maior prestígio perante os torcedores, resultando numa aderência por parte dos fãs, sobretudo os jovens.

Outras respostas que emergiram foram “Pela Torcida” com 9,82% (27) e “Pelas Cores do Time” com 2,91% (8). Entende-se que tais respostas podem ser analisadas concomitantemente, pois, ambas se configuram como uma espécie de subcategorias de uma categoria maior: “Símbolos”. Desta forma, verifica-se que tanto a torcida, quanto as cores de um clube de futebol, se constituem enquanto símbolos de identificação e mediação entre o torcedor e determinado clube ou entre torcedores. (DAMO, 2012).

O autor argumenta que as identidades clubísticas transcendem os espaços geográficos. (DAMO, 1998). Neste sentido, ocorre a existência torcedores localizados em diversos espaços, os quais jamais se encontrarão ou terão um contato “real”, porém, nutrem a partir das cores ou da torcida, o mesmo sentimento clubístico.

Observa-se que, sobretudo os grandes clubes, são “marcados” e caracterizados por estes tipos de “símbolos”, e que muitas vezes são utilizados como elementos de marketing, visando fortalecer a marca e a identidade do clube. Neste sentido, como exemplos, cita-se o C. R. Flamengo com a “Torcida Rubro-Negra” que em muitos momentos é chamada de “Nação” ou “O Mais Querido do Brasil”, o S. C. Corinthians Paulista que personifica em sua torcida a figura do “12º Jogador”, da torcida “Fiel” e a S. E. Palmeiras que recentemente em conjunto com sua patrocinadora esportiva, lançou a campanha “Verde: é a Cor da Inveja²³”, reforçando, desta forma, a cor enquanto um “símbolo” da identidade palmeirense.

Outras respostas como “Por gostar dos jogadores” 1,45% (4) e “Neymar jogou no time” 0,36% (1), foram analisadas conjuntamente, pois, entende-se que ambas podem constituir uma categoria maior: “Ídolos”.

De modo geral, os jogadores ou no caso os “ídolos” são peças fundamentais para a construção do “espetáculo futebolístico”. De acordo com Helal (1999) para que os fenômenos considerados de massa consigam se sustentar, são necessárias a presença de “estrelas”. Desta forma, entende-se que no futebol, alguns dos jogadores possuem características e a capacidade de serem “estrelas”.

De acordo com Giglio (2007) o ídolo exerce um papel importante enquanto peça do espetáculo esportivo, Helal (1999) argumenta que o futebol se configura como um terreno fértil para a construção do ídolo e desta forma, é possível visualizar algumas

²³ Sobre a campanha “Verde: a cor da inveja”: disponível em: http://www.espn.com.br/video/clipeclipe/_id/5131211.

características possíveis de serem encontradas no ídolo como, o potencial de atrair pessoas, o aspecto de se constituírem como referenciais para os fãs, ainda, possuem qualidades como o talento e o carisma. O ídolo no esporte, depende primeiramente do seu “sucesso” e num segundo momento, do “fracasso” do seu oponente. Ainda, os ídolos possuem elementos em sua trajetória de vida que são extremamente enfatizados por veículos midiáticos e por consequência, tais narrativas são midiaticizadas. Desta forma, sobre a relação do ídolo e o torcedor de futebol verifica-se que:

O ídolo se relacionará com os seus torcedores/fãs, construirá essa condição no cotidiano e poderá atingir a condição de herói, caso seu time participe de um evento capaz de demarcar muito bem a identidade do clube, tal como fazer um gol em uma final de campeonato. (GIGLIO, 2007, p. 123).

Certamente, durante a construção da figura do ídolo do clube de futebol para o torcedor, os diversos meios de comunicação dão sua contribuição, sobretudo, com narrativas, as quais aceleram o processo. No futebol brasileiro, quase sempre se ressalta atributos, os quais coadunam com o “modelo de jogo” historicamente construído (HELAL et al., 2011), como o “futebol-arte”, a “técnica”, a “ginga”, entre outros.

Giglio (2007) realiza uma ressalva, pois, entende que a configuração do futebol brasileiro se modificou e os ídolos estão cada vez mais ocupando lugares no centro futebolístico europeu, assim, os clubes nacionais, cada vez mais enfrentam dificuldades em manter seus jogadores, sobretudo quando viram ídolos nacionais. O argumento apresentando por Giglio corrobora com os dados encontrados, principalmente quando se visualiza que o indivíduo foi influenciado a torcer pela figura do jogador Neymar Jr., o qual se encontra na Europa, disputando um dos maiores campeonatos de clubes do Mundo, como a UEFA Champions League.

Outras respostas que emergiram, foram “Time representa a cidade” 1,09% (3) e “Time representa o Estado (Paraná)” 0,36% (1). Estas respostas podem ser agrupadas enquanto uma categoria: “Pertencimento local”. Ou seja, a escolha do indivíduo pelo time que vai torcer, pode estar relacionada a aspectos étnicos, regionais e até raciais, e, estes reforçam determinados valores (DAMO, 1999), pois, contribuem e/ou reforçam a construção/afirmação de determinada identidade, seja ela local ou regional.

Outra categoria citada foi “Time joga bem” 0,36% (1). Observa-se o “jogar bem” não está relacionado somente ao ganhar, mas, ganhar jogando plasticamente de forma bonita e bela. Neste sentido, de acordo com Marinho (2007), o bonito ou o belo, só podem

ocorrer através de um entrelaçamento entre o objeto – no caso de um time de futebol – e o sujeito – a aquele que será o receptor/consumidor, porém não termina aí, pois, tal categoria se insere no que de significativo emana desta relação. Ainda de acordo com o autor “Há momentos no futebol que parecem ser “maiores”, e muitas vezes manifesta-se esta experiência, com expressões de cunho estético “que lindo, que maravilha, que espetáculo””. (MARINHO, 2007, p. 14). Assim, acredita-se que tal categoria, que muitas vezes é fomentada pelas mais diversas mídias e estas atuam na construção de uma representação do “jogar bem”, do jogar “esteticamente” bem ou de forma bela, feita pelo indivíduo.

Com a categoria “História de conquistas do time” com 0,36% (1), pensa-se na visualização dessas conquistas através da imprensa (DAMO, 1998) e suas narrativas com tons de dramaticidade, heroísmo que por consequência, geram valores afetivos (VASCONCELOS, 2011) no torcedor em relação ao clube de futebol.

Sobre as conquistas, entende-se como mais relevantes, os campeonatos nacionais e internacionais. Assim, na tabela abaixo, é possível visualizar os clubes de futebol e suas conquistas no âmbito nacional a partir de 1959 até 2018.

Tabela 21 – Campeonatos nacionais conquistados pelos clubes brasileiros de futebol (continua)

Time	Taça Brasil	Robertão	Camp. Brasileiro	Copa do Brasil	Copa União	Copa João Havelange	TOTAL
E. C. Bahia	1	0	0	0	1	0	2
S. E. Palmeiras	2	2	6	3	0	0	13
Santos F. C.	5	1	2	1	0	0	9
Cruzeiro E. C.	1	0	3	6	0	0	10
Botafogo F. R.	1	0	1	0	0	0	2
Fluminense F. C.	0	1	3	1	0	0	4
C. Atlético – MG	0	0	1	1	0	0	2
C. R. Vasco da Gama	0	0	3	1	0	1	5
S. C. Internacional	0	0	3	1	0	0	4
São Paulo F. C.	0	0	6	0	0	0	6

Tabela 22 – Campeonatos nacionais conquistados pelos clubes brasileiros de futebol (conclusão)

Time	Taça Brasil	Robertão	Camp. Brasileiro	Copa do Brasil	Copa União	Copa João Havelange	TOTAL
Guarani F. C.	0	0	1	0	0	0	1
C. R. Flamengo	0	0	5	3	1	0	9
Grêmio F. B. P. A.	0	0	2	5	0	0	7
Coritiba F. C.	0	0	1	0	0	0	1
Sport C. R.	0	0	1	1	0	0	2
S. C. Corinthians Paulista	0	0	7	3	0	0	10
C. Athletico Paranaense	0	0	1	0	0	0	1
Criciúma E. C.	0	0	0	1	0	0	1
E. C. Juventude	0	0	0	1	0	0	1
E. C. Santo André	0	0	0	1	0	0	1
Paulista F. C.	0	0	0	1	0	0	1

Fonte: Globoesporte.com. Lista de títulos dos campeões brasileiros. Disponível em: <https://globoesporte.globo.com/futebol/times/palmeiras/noticia/lista-de-titulos-dos-campeoes-brasileiros-ranking.ghtml>. Acesso em: 30 dez 2018.

Desta forma, visualiza-se o seguinte panorama quando considerado aos clubes de futebol por região: Região Nordeste quatro títulos, Região Sudeste com 73 títulos e Região Sul com 15 títulos. Neste sentido, quando levado em consideração critérios como título nacional versus a região, verifica-se a Região Sudeste como a região de maiores conquistas em detrimento das outras.

Quando leva-se em consideração o critério clube de futebol versus título nacional tem-se a seguinte configuração: 1º S. E. Palmeiras com 13 títulos; 2º S. C. Corinthians Paulista e Cruzeiro E. C. com dez títulos; 4º C. R. Flamengo e Santos F. C. com nove títulos; 6º Grêmio F. B. P. A. com sete títulos; 7º São Paulo F. C. com seis títulos; 8º Fluminense F. C. e C. R. Vasco da Gama com cinco títulos; 10º S. C. Internacional com quatro títulos; 11º C. Atlético – MG, E. C. Bahia, Botafogo F. R. e Sport C. R. com dois

títulos, 15º C. Atlético Paranaense, Criciúma E. C., Guarani F. C., E. C. Juventude, Paulista F. C. e E. C. Santo André.

A tabela18, apresenta as conquistas internacionais dos clubes de futebol:

Tabela 23 - Títulos internacionais dos clubes de futebol brasileiro

Clube	Libertadores	Conmebol/Mercosul/Sul-Americana	Recopa Sul-Americana/Recopa Intercontinental	Mundial de Clubes	Total
São Paulo F. C.	3	2	2	3	10
Santos F. C.	3	1	1	2	7
S. C. Internacional	2	1	2	1	6
Cruzeiro E. C.	2	0	1	0	3
Grêmio F. B. P. A.	3	0	1	1	4
S. C. Corinthians Paulista	1	0	1	2	4
C. Atlético – MG	1	2	1	0	4
C. R. Flamengo	1	1	0	1	3
C. R. Vasco da Gama	1	1	0	0	2
S. E. Palmeiras	1	1	0	0	2
C. Athletico Paranaense	0	1		0	1
Botafogo F. R.	0	1	0	0	1
A. Chapecoense F.	0	1	0	0	1

Fonte: Lance!. **ATLÉTICO – PR ENTRA NA LISTA: CONFIRA OS CLUBES BRASILEIROS COM TÍTULOS INTERNACINAIS OFICIAIS.** Disponível em: <https://www.lance.com.br/futebol-nacional/atletico-entra-lista-confira-clubes-brasileiros-com-titulos-internacionais-oficiais.html>. Acesso em 02 dez 2018.

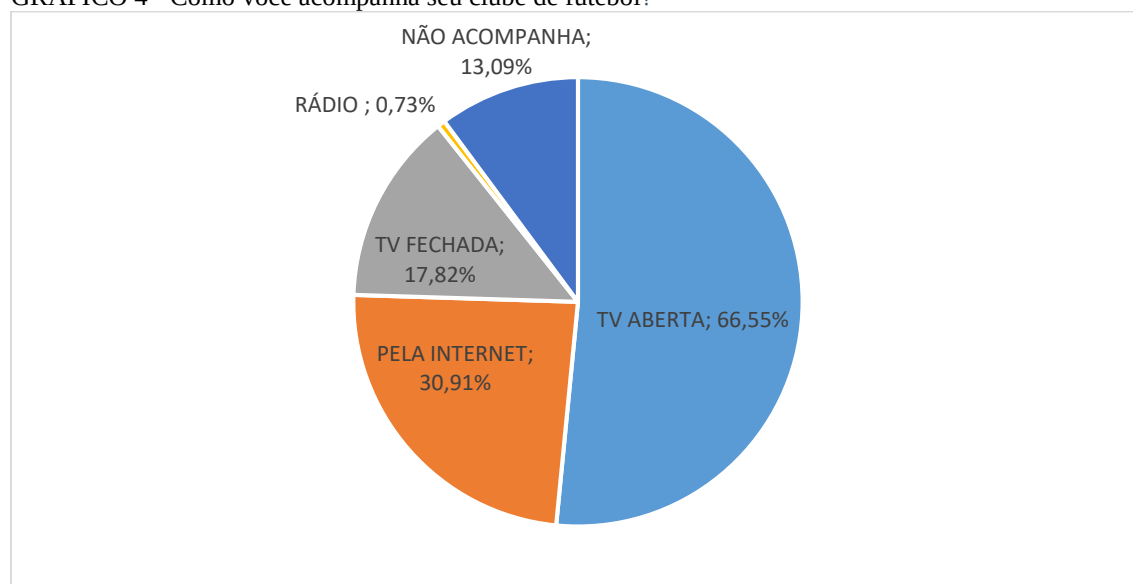
Ao considerar somente os clubes com títulos nacionais e internacionais, tem-se a seguinte configuração: Santos F. C. 16, São Paulo F. C. 16, S. E. Palmeiras 15, S. C. Corinthians Paulista 14, Cruzeiro E. C. 13, C. R. Flamengo 12, Grêmio F. B. P. A 11, S.

C. Internacional 10, C. R. Vasco da Gama 7, C. Atlético- MG 6, C. Athletico Paranaense 2, Botafogo F. R. 3.

Observa-se desta forma que, mesmo reconhecendo que cada clube possui suas conquistas, suas glórias e seus méritos – e isto jamais deve ser desmerecido –, visualiza-se que os clubes de futebol localizados, sobretudo no Estado de São Paulo, apresentam um maior histórico de conquistas, o que talvez justifique o indivíduo aderir a determinado clube de futebol, se pautando pelo histórico de conquistas.

O gráfico quatro, apresenta como o indivíduo acompanha o clube de futebol para qual torce.

GRÁFICO 4 - Como você acompanha seu clube de futebol?



Fonte: O autor.

Para esta questão, orientou-se o que o indivíduo indicasse por quais maneiras acompanha o time de futebol para qual torce, assim, o mesmo poderia assinalar mais de uma alternativa.

De acordo com pesquisa realizada pela SECOM (2016) 89% dos brasileiros utilizam a TV para obter qualquer tipo de informação. Não obstante, acompanhar o futebol não é diferente, pois, verificou-se que a “TV aberta” com 66,55% (183) é o veículo midiático mais utilizado pelos indivíduos para acompanhar o clube de futebol pelo qual torce.

Desta forma, no que se refere ao futebol no Brasil, a emissora aberta, a qual é detentora dos direitos de transmissão sobre a Copa do Brasil e Campeonato Brasileiro, de acordo com a reportagem do Blog do Rodrigo Mattos (2019), privilegiou no Campeonato

Brasileiro de 2018, a equipe da S. E. Palmeiras com o total de 17 jogos, seguido pelo Cruzeiro E. C. com 16 jogos e posteriormente, C. R. Flamengo, São Paulo F. C., S. C. Corinthians Paulista, Fluminense F. C e E. C. Vitória com 13 jogos. Ainda segundo a reportagem, no Campeonato Brasileiro de 2017, S. C. Corinthians Paulista e C. R. Flamengo eram as equipes que mais apareciam na TV aberta.

Alguns aspectos emergem a partir dos números indicados acima. Desta forma, em um primeiro momento, a passagem de jogos da Tv aberta para a Tv fechada de clubes como S. C. Corinthians Paulista e C. R. Flamengo, objetivaram aumentar o número de assinantes. Em um segundo momento, o aumento dos jogos da S. E. Palmeiras na Tv aberta, se deu pelo fato da equipe estar numa boa fase, culminando na conquista do título nacional de 2018, esta situação corrobora para atrair mais a atenção nas partidas da equipe alviverde.

A “Internet”, enquanto ferramenta para acompanhar o clube de futebol, para o qual o sujeito torce, foi citada por 30,91% (85), se constituindo como o segundo veículo midiático mais utilizado. De acordo com a pesquisa SECOM (2016), verifica-se que a “Internet” ou a rede mundial de computadores, se estabelece como segunda opção para os brasileiros na busca de informação para 49% dos entrevistados. Ou seja, cada vez mais a “internet” tem ocupado espaço no cotidiano das pessoas. No que se refere ao futebol, com a “internet” é possível acompanhar os clubes de futebol pelos seus sites institucionais, sites esportivos como “Gazeta Esportiva”, “L! Lance”, “Globoesporte.com”, entre outros. Ainda, é possível acompanhar os jogos “momento a momento”, os melhores momentos pós-jogo ou assisti-los via streaming²⁴ por sites como o “YouTube.com”. Os clubes de futebol têm utilizado as redes sociais, como Facebook, Twitter, Instagram entre outras, para aproximar os torcedores ou os simpatizantes, possibilitando uma interação e por consequência, uma aproximação, pois, apresentam curiosidades sobre os jogadores, histórico sobre os confrontos com adversários, possíveis escalações, entrevista coletiva, quiz, promoções e sorteios de produtos oficiais, e etc. Enfim, a “internet” ampliou as formas e possibilidades do torcedor acompanhar e “vivenciar” o dia-a-dia do clube de futebol do “coração”.

A “TV Fechada” apareceu com 17,82% (49) indicações como meio de acompanhar o time pelo qual o indivíduo torce. Quando se trata sobre a “TV Fechada” é

²⁴ Streaming pode ser entendido como uma maneira de transmitir o conteúdo de forma digital na internet de modo instantâneo e que as informações não são armazenadas pelo usuário em seu computador, celular, tablete, SmarTV, entre outros.

importante salientar que pesquisa realizada pelo IBGE sobre “Tecnologias da Informação e Comunicação” da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (Pnad Contínua), publicada no site Agência Brasil²⁵, apresenta uma queda na contratação de televisão por assinatura. Os motivos apontados para a queda são, o alto valor e a falta de interesse. Somando-se a isto, observa-se o surgimento do fenômeno “Sky Gato”²⁶. Assim, a pessoa tem acesso a todos os canais fechados, principalmente os esportivos, sem precisar pagar por mês ou assinar contrato com alguma empresa de Tv por assinatura.

Indivíduos que acompanham o clube de futebol pelo qual torcem pelo Rádio somam 0,73% (2) da amostra. Acredita-se que a tanto a Tv por assinatura, quanto a internet, estão fazendo agora o que o rádio fez no passado. Ou seja, aproximando o torcedor de clubes geograficamente distantes, bem como, do exterior. Ainda, entende-se que novos meios de “fazer” o rádio, como as webs Rádios, tem contribuído para o “desuso” do tradicional rádio.

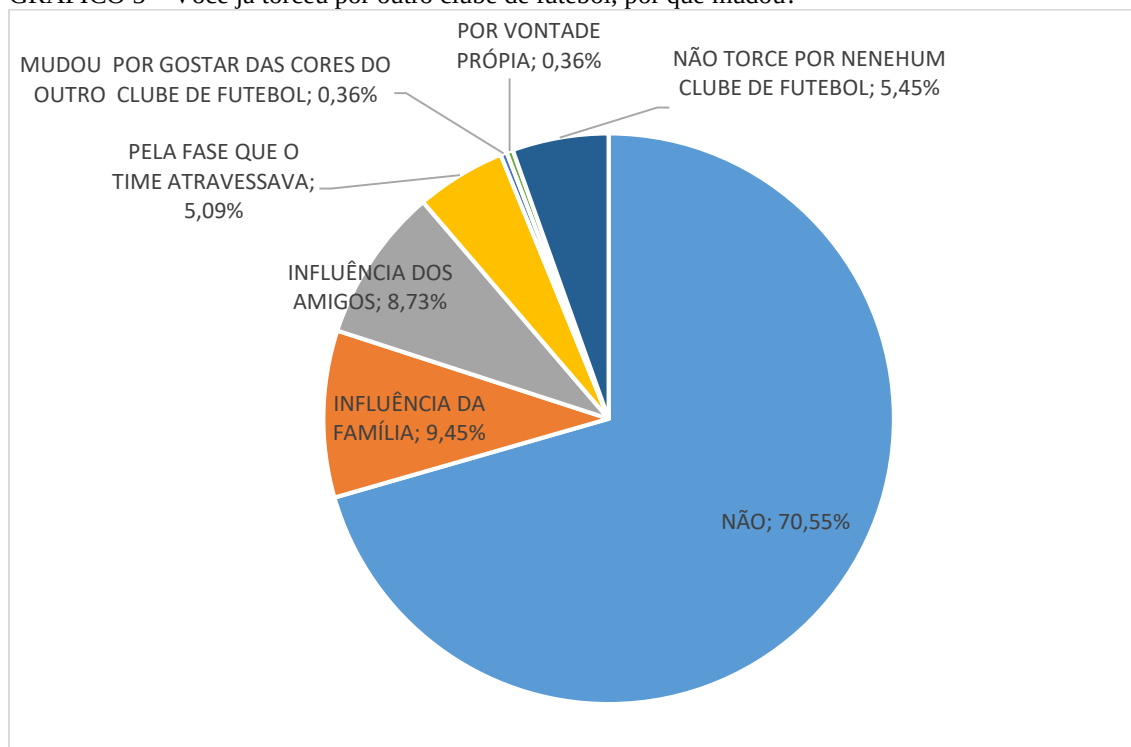
Identificou-se ainda que 13,09% (36) não acompanham o time. Destes, 41,67% (15) não torcem. Já 58,33% (21), mesmo apontando que torcem para um determinado clube de futebol, indicaram não acompanhar este clube. Acredita-se que estes indivíduos não possuem um grande engajamento futebolístico e torcem pelo fato do clube de futebol representar e ser o elo de uma coletividade, espelhando aspectos extrafutebolísticos (DAMO, 2009), neste caso com a família.

O gráfico cinco, demonstra se o indivíduo modificou ou não de clube para o qual torce e caso tenha-o feito, o que influenciou tal mudança.

²⁵ Site Agência Brasil: <http://agenciabrasil.ebc.com.br/>.

²⁶ Sky Gato: Se trata de decodificador/receptor de TV, no formato de uma caixinha, muito parecido com aqueles fornecidos por empresas de Tv por assinatura. Assim, estes aparelhos quebram a criptografia dos canais e os tornam praticamente públicos. O valor a ser pago pelo receptor varia dependendo da marca, podendo chegar a aproximadamente R\$ 600,00.

GRÁFICO 5 – Você já torceu por outro clube de futebol, por que mudou?



Fonte: O autor.

O gráfico cinco, apresenta alguns dados que corroboram com alguns aspectos já mencionados anteriormente. Neste sentido, observa-se que 70,55% (194) dos indivíduos participantes do estudo, indicaram que após a definição do clube de futebol do “coração”, não houve mudanças. Porém, quando ocorreu a mudança, a “Família” com 9,45% (26) foi indicada como o maior motivo para tal mudança. Desta forma, reafirma-se a importância da família, enquanto uma primeira camada da configuração, na qual ocorre a denominada socialização primária, que pode ser compreendida como:

A socialização primária é a primeira socialização que o indivíduo experimenta na infância, e em virtude da qual torna-se membro da sociedade. [...] a socialização primária tem em geral para o indivíduo o valor mais importante e que a estrutura básica de toda socialização secundária deve assemelhar-se à socialização primária. (BERGER, LUCKMANN, 1983, p. 175).

A socialização primária garante muito mais do que “apenas” uma aprendizagem cognoscente, ela propicia que o indivíduo possa adentrar num processo de identificação com os seus sujeitos próximos, os quais fazem parte da primeira camada configuracional. Não obstante, é pelo processo mencionado, que a criança passa a construir a capacidade de se identificar também com si mesma. Assim, compreende-se que:

[...] a personalidade é uma entidade reflexa, que retrata as atitudes tomadas pela primeira vez pelos outros significativos com relação ao indivíduo, que se torna o que é pela ação dos outros para ele significativos. Este processo não é unilateral nem mecanicista. Implica uma dialética entre a identificação pelos outros e a auto-identificação, entre a identidade objetivamente atribuída e a identidade subjetivamente apropriada. (BERGER; LUCKMANN, 1983, p. 177).

Assim, na medida que a criança socializa, ela vai construindo referenciais, os quais, irão compor os alicerces da identidade tanto no aspecto social, quanto no aspecto individual. Ainda, destaca-se que Magalhães (2004) argumenta que o ambiente, além de formar, tem o potencial de reforçar as concepções que o indivíduo adquire sobre o mundo e sobre si mesmo.

Acredita-se que a “Influência dos amigos” com 8,73% (24) das indicações como motivo para modificar o clube de futebol do “coração”, pode mostrar que na primeira configuração, em que ocorre a socialização primária, “valores futebolísticos” não foram significativos de forma que construísse um vínculo clubístico. Assim, entende-se que tal fato, quando não ocorre na socialização primária, pode ocorrer na socialização secundária. Compreende-se a socialização secundária como:

A socialização secundária é a interiorização de “submundos” institucionais ou baseados em instituições. A extensão e caráter destes são portanto determinados pela complexidade da divisão do trabalho e a concomitante distribuição social do conhecimento [...] podemos dizer que a socialização secundária é a aquisição do conhecimento de funções específicas, funções direta ou indiretamente com raízes na divisão do trabalho. (BERGER; LUCKMANN, 1983, p. 184-185).

Assim, a socialização secundária ocorre após a socialização primária. Sendo quando o indivíduo passa a estabelecer relações com outros indivíduos, em outros círculos sociais, em outras instituições como a escola, igreja, trabalho e etc., desta forma, o aspecto emotivo da socialização primária, vai sendo substituído pelo aspecto racional da socialização secundária. (MAGALHÃES, 2004).

A “Fase que o time atravessava” emergiu com 5,09% (14) das indicações da amostra do presente estudo. Assim, como a “boa fase” fomenta a aderência de torcedores e fãs, a “fase que o time atravessava” – quando considerada, uma má fase – faz o movimento inverso, se considerarmos o futebol, um fenômeno que promove a sociabilidade através do clubismo, pois, como afirma Damo (2009) cada clube de futebol tem seu rival “favorito”, desta forma, enquanto pares contrários reproduzem a estrutura do jogo, em que pode haver vencedor e perdedor. Neste sentido, para além do espaço-

tempo do jogo, torcedores se comunicam através da brincadeira, das gozações de toda espécie, pois, quando se pensa no “campo do clubismo”, as hostilidades vêm e vão de modo comum, sendo assim, quando o time perde, se recebe tais brincadeiras, gozações e hostilidades e quando vence ocorre uma espécie de retribuição.

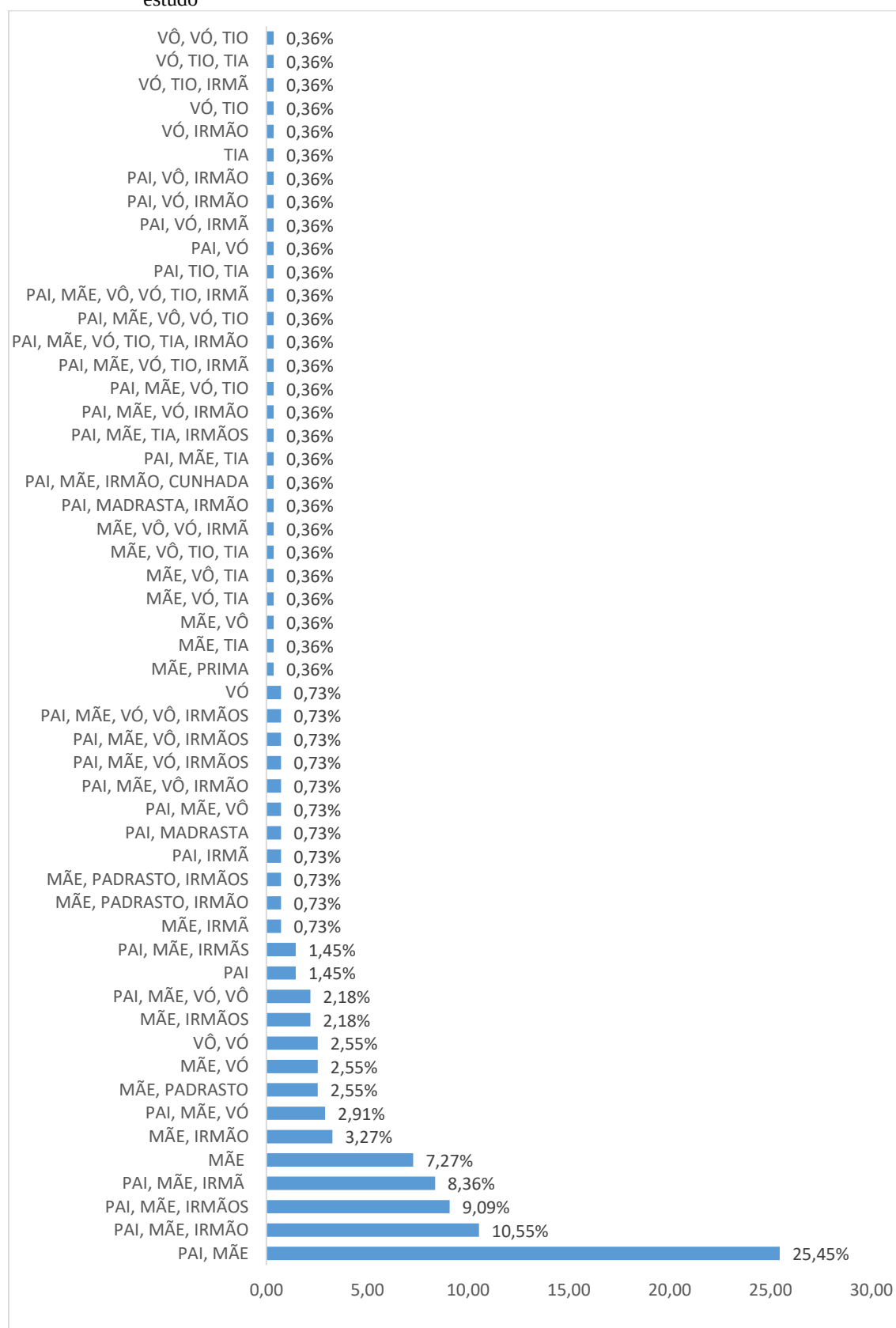
Desta forma, quando se encontra um time numa má fase, com um jejum de títulos ou boas campanhas, tal situação, pode fomentar uma tendência a mudança, pois, os indivíduos apenas experimentarão o sabor amargo de ser caçado.

Os símbolos – “cores do clube de futebol” – utilizados como elos de ligação entre o torcedor e o clube de futebol, apareceram enquanto motivos para justificar a mudança de clube para torcer para 0,36% (1) da amostra.

Ainda, observou-se que 0,36% (1) indicou que a troca do clube de futebol para torcer, ocorreu por “vontade própria”. Observa-se, que alguns motivos, sobretudo aqueles que demonstram preferências clubísticas por times do eixo Rio-São Paulo, podem estar relacionados com uma tentativa de conseguir alguma forma de reconhecimento e distinção (VASCONCELOS, 2011), em relação ao grupo social que a pessoa participa.

O Gráfico seis, objetiva apresentar um mapeamento relacionado a rede de sociabilidade primária do indivíduo. Desta forma verificou-se o seguinte panorama:

GRÁFICO 6 - Mapeamento da rede de sociabilidade primária dos indivíduos participantes do presente estudo

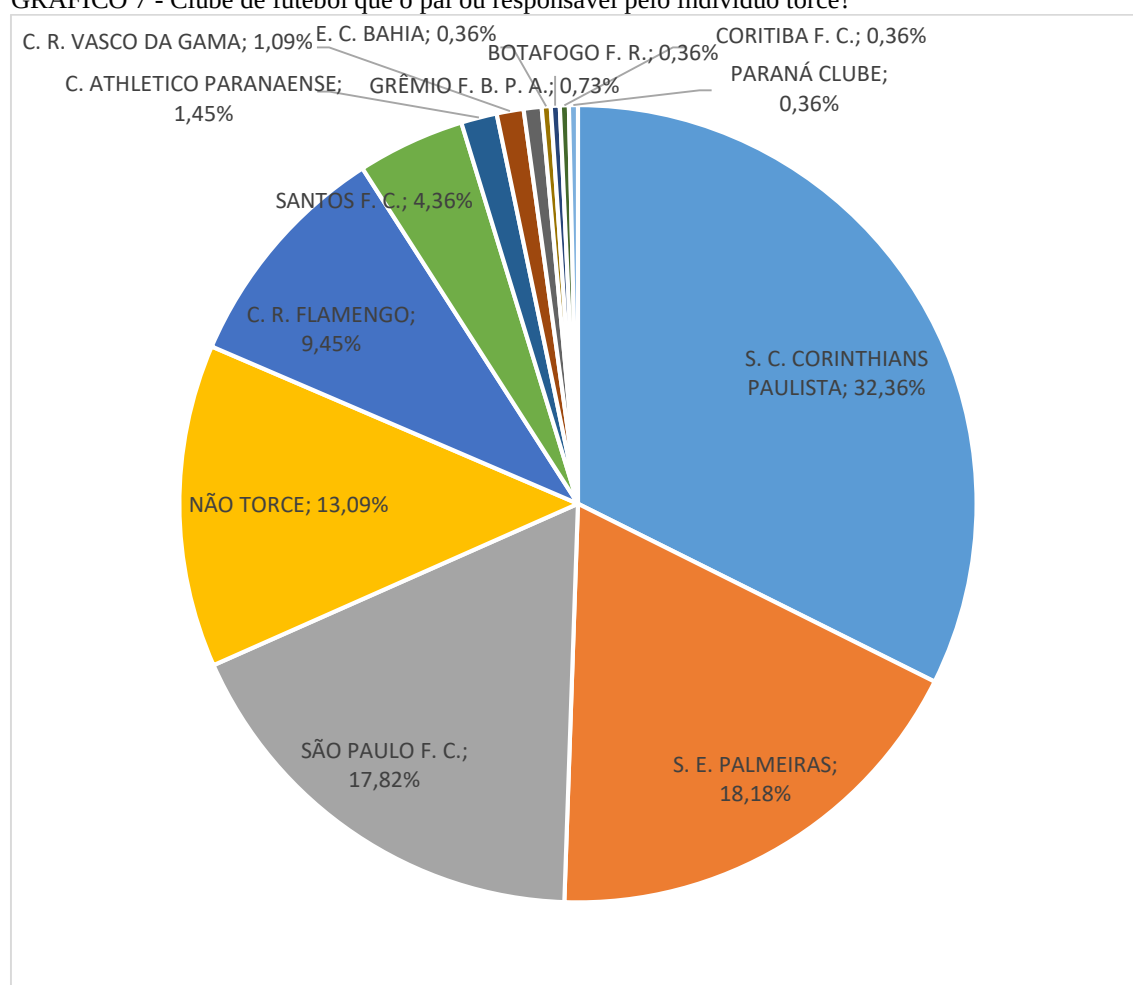


Fonte: O autor.

Além de verificar a disposição das configurações, quando se observa o gráfico seis, identifica-se que os indivíduos estudados estão posicionados em 53 tipos de configurações distintas. Ainda, 12,73% (35) estão inseridos em configurações que não apresentam uma figura masculina, porém, não se identificou uma relação entre a ausência da figura masculina na configuração, com o fato do indivíduo não torcer por nenhum clube de futebol.

O gráfico sete mostra o clube de futebol que o pai ou responsável pelo indivíduo torce. Desta forma, tem-se o seguinte panorama:

GRÁFICO 7 - Clube de futebol que o pai ou responsável pelo indivíduo torce?



Fonte: O autor.

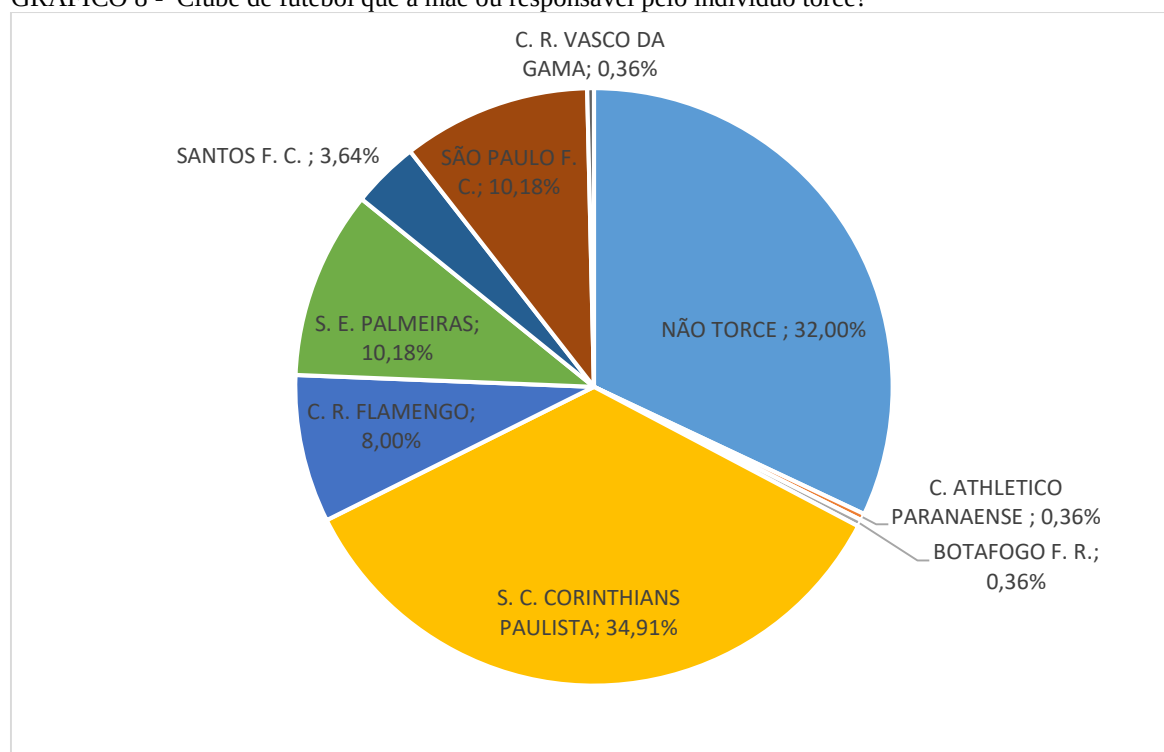
A partir do gráfico sete, verifica-se que 83,62% (230) dos pais ou responsáveis torcem por clubes de futebol localizados na Região Sudeste, 2,90% (8) para clubes localizados na Região Sul, 0,36% (1) para clubes da Região Nordeste e 13,09% (36) não torcem por nenhum clube de futebol.

Quando levado em consideração o Estado, têm-se o seguinte panorama: clubes de futebol do Estado de São Paulo apresentam 72,72% (200) das indicações, seguido do Estado do Rio de Janeiro com 10,90% (30), clubes do Estado do Paraná somam 2,17% (6), Estados do Rio Grande do Sul e Bahia com 0,36% (1).

Ao cruzar os dados relativos sobre o clube de futebol que o pai/responsável e o indivíduo torcem, identificou-se que 54,18% (149) torcem para os mesmos clubes de futebol que os pais/responsáveis, 3,27% (9) não torcem e 37,66% (117) indivíduos torcem para clubes diferentes, entretanto, também localizados no eixo Rio-São Paulo. Não obstante, para o cruzamento dos dados, desconsiderou-se tanto os pais/responsáveis, quanto os indivíduos, que indicaram não torcer para nenhum clube de futebol. Ainda, levou-se em consideração apenas a indicação do primeiro clube de futebol feita pelo sujeito, descartando-se assim a segunda opção.

O gráfico oito apresenta o clube de futebol que a mãe ou responsável pelo indivíduo torce.

GRÁFICO 8 - Clube de futebol que a mãe ou responsável pelo indivíduo torce?



Fonte: O autor.

A partir do gráfico oito, verifica-se que 67,63% (186) das mães ou responsáveis torcem por clubes de futebol localizados na Região Sudeste, 0,36% (1) para clubes localizados na Região Sul e 32% (88) não torcem por nenhum clube de futebol.

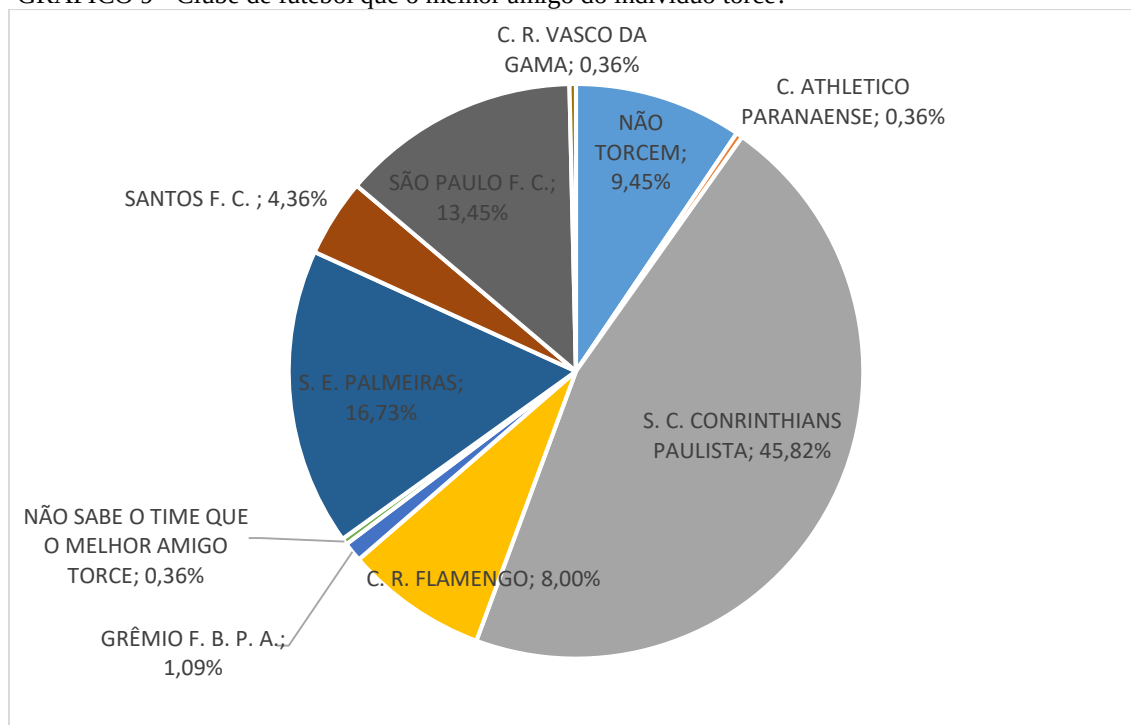
Quando se leva em consideração o Estado, têm-se o seguinte panorama: clubes de futebol do Estado de São Paulo apresentam 58,51% (162) das indicações, seguido do Estado do Rio de Janeiro com 8,72% (24), clubes do Estado do Paraná somam 0,36% (1).

Ao cruzar os dados relativos sobre o clube de futebol que a mãe/responsável e o indivíduo torcem, identificou-se que 45,09% (124) torcem para os mesmos clubes de futebol que as mães/responsáveis, 4,36% (12) não torcem e 50,55% (139) indivíduos torcem para clubes diferentes, entretanto, a maior parte, também localizados no eixo Rio-São Paulo.

Desta forma, identifica-se a tendência do indivíduo em acompanhar a escolha clubística do pai ou da figura masculina e quando esta não está presente ou não é engajada futebolisticamente, outra pessoa pode substituí-lo.

O gráfico nove apresenta os clubes de futebol que o melhor amigo do indivíduo torce.

GRÁFICO 9 - Clube de futebol que o melhor amigo do indivíduo torce?



Fonte: O autor.

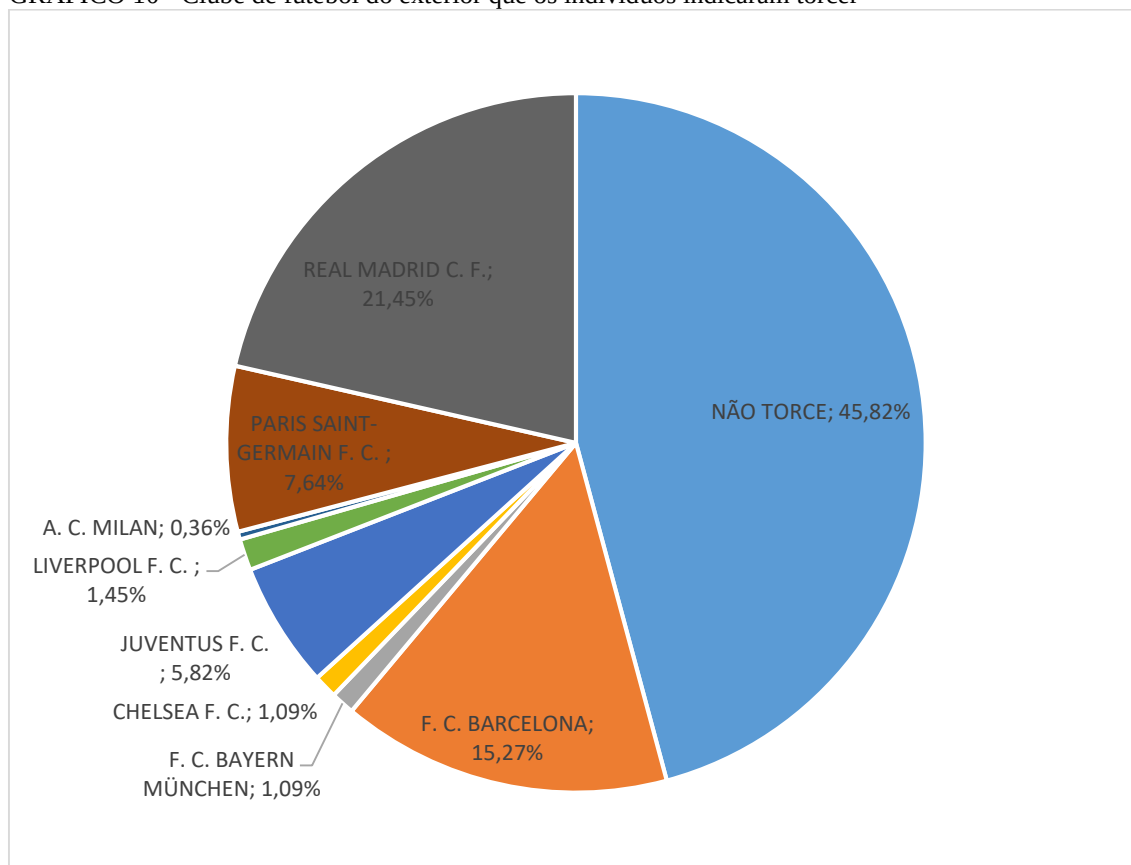
A partir do gráfico nove, verificou-se que 88,72% (244) torcem por clubes de futebol localizados na Região Sudeste, 1,45% (4) na Região Sul, 9,82% (27) não torcem para nenhum clube de futebol. Quando se leva em consideração o Estado, têm-se o seguinte panorama: clubes de futebol do Estado de São Paulo apresentam 80,36%(221) das indicações, seguido do Estado do Rio de Janeiro com 8,36% (23), clubes do Estado do Paraná somam 0,36% (1) e Rio Grande do Sul 1,09% (3).

Ao cruzar os dados relativos sobre o clube de futebol que o melhor amigo torce, identificou-se que 40,73% (112) torcem para os mesmos clubes de futebol que os melhores amigos, em detrimento de 49,75% (136) que torcem para clubes de futebol diferentes.

A partir dos dados apresentados, acredita-se que quando o indivíduo – ainda – não definiu seu clube de futebol para torcer ou não possui um engajamento futebolístico na sua configuração familiar, o melhor amigo, aquele que está “posicionado” na socialização secundária, pode se tornar um fator de influência na escolha clubística. Isto pode ser verificado, quando cruzada as informações através do gráfico cinco, o qual trata sobre uma possível troca de preferência clubística, a qual não foi cristalizada em momentos anteriores da vida do indivíduo.

O gráfico dez, trata sobre a preferência clubística do indivíduo por um clube do exterior.

GRÁFICO 10 - Clube de futebol do exterior que os indivíduos indicaram torcer



Fonte: O autor

A partir do gráfico dez, observa-se que 54,18% (149) indivíduos indicaram torcer por um clube do exterior, quase quatro vezes mais a quantidade de indivíduos que indicaram torcer por dois times do futebol nacional. Não obstante, esses conformam uma configuração de indivíduos que torcem para dois clubes de futebol ao mesmo tempo, sendo esta conformação uma “bifiliação clubística” (VASCONCELOS, 2011).

Alguns fatores, os quais até já foram citados anteriormente, nos ajudam na tentativa de compreender este fenômeno, qual seja, da invasão dos clubes do exterior sobre o torcedor brasileiro, que – vale ressaltar – cada vez mais, está se tornando algo natural.

Quando se observa os clubes citados, nota-se algumas características em comum. São clubes que estão inseridos nas cinco principais ligas do futebol mundial²⁷. Tais clubes, mais do que clubes do exterior, podem ser caracterizados nas palavras de Rial (2009) como clubes globais, pois, são clubes que transcenderam as fronteiras de cidades, países e

²⁷Ranking GE: Inglês é a melhor liga da Europa; Francês fica em último no top-5. Disponível em: <https://globoesporte.globo.com/futebol/futebol-internacional/noticia/ranking-ge-ingles-e-a-melhor-liga-da-europa-frances-fica-em-ultimo-no-top-5.ghtml>

continentes, possuem uma vasta e diversificada mão de obra, a qual é constituída por indivíduos dos quatro “cantos” do mundo, são clubes extremamente midiáticos, possuem torcida no mundo inteiro, inclusive com a organização e constituição de fã-clubes. Possuem a capacidade de ter em seus elencos jogadores globais, juntos, os clubes globais concentram grande parte do capital que circula no mundo futebolístico.

Observa-se ainda, que os dois clubes mais citados, Real Madrid C. F. e F. C. Barcelona respectivamente, são gigantes espanhóis e de acordo com pesquisa realizada pelo instituto IBOPE Repucom (2017) dos clubes estrangeiros, são os que mais a torcida brasileira demonstra simpatia. São clubes vitoriosos, em que vários jogadores brasileiros tiveram passagens marcantes.

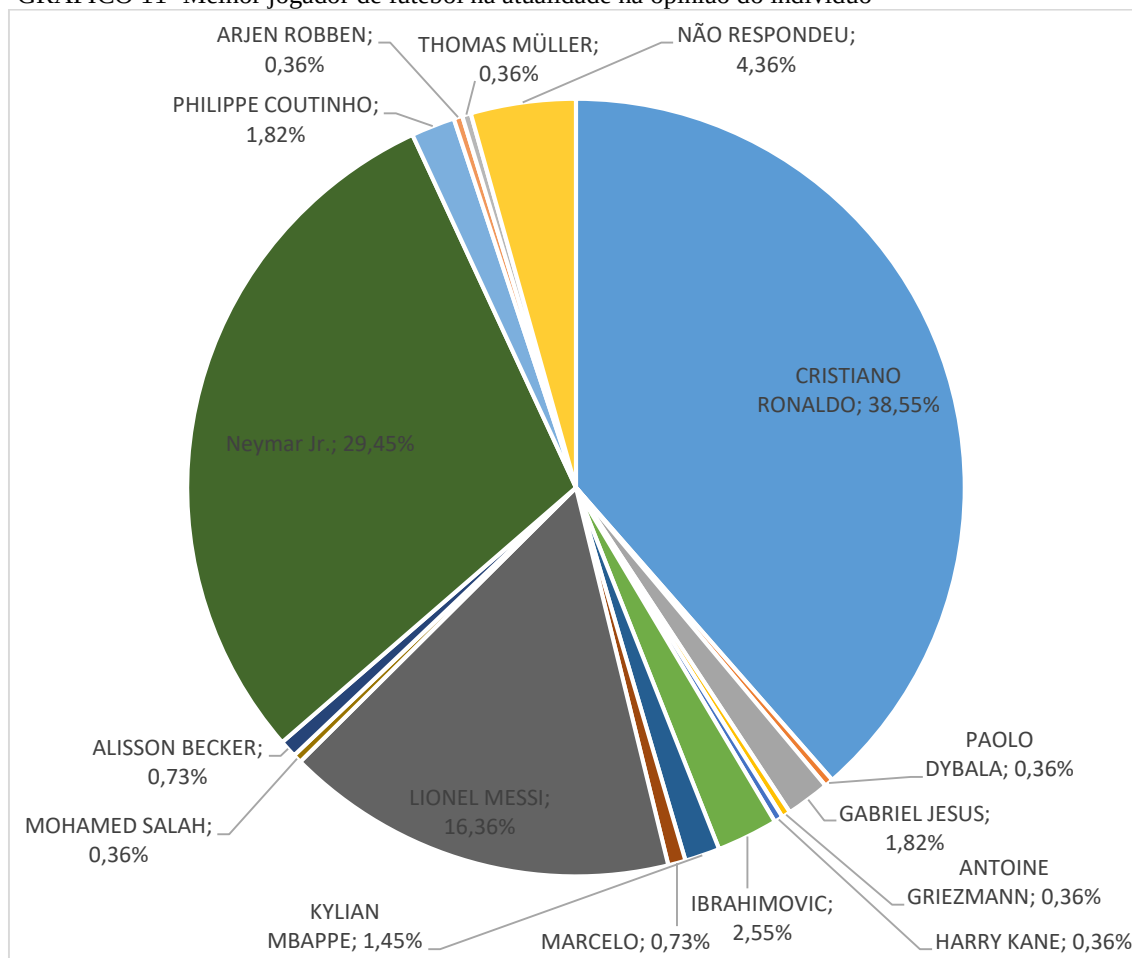
A boa fase e boa campanha nas recentes temporadas, sobretudo na UEFA Champions League, para equipes como Liverpool F. C. e Juventus F. C., renderam aderência de torcedores. Estas equipes também tiveram jogadores destaques, sobretudo com Mohamed Salah e Roberto Firmino da equipe inglesa do Liverpool F. C. e Cristiano Ronaldo por parte da equipe italiana da Juventus F. C.

Paris Saint-Germain F. C. montou um time com vários jogadores importantes com destaque para Tiago Silva, Daniel Alves, Draxler, Cavani, Di Maria, Kylian Mbappê e Neymar Jr.. De acordo com a pesquisa IBOPE Repucom (2017), a chegada de Neymar Jr. proporcionou ao clube francês uma subida no ranking de clubes estrangeiros com maior torcida entre os brasileiros.

As boas temporadas tanto da equipe do F. C. Bayern de München, quanto da equipe do Chelsea F. C., contribuíram para a manutenção destas no grupo dos clubes estrangeiros com mais fãs no Brasil. (IBOPE REPUCOM, 2017).

O gráfico 11 apresenta quem é o maior jogador de futebol da atualidade, na opinião do indivíduo.

GRÁFICO 11- Melhor jogador de futebol na atualidade na opinião do indivíduo



Fonte: O autor.

A partir dos dados apresentados no gráfico 11, identificou-se que foram citados 15 nomes de jogadores, dos quais 14 estão presentes nas principais ligas europeias de futebol – Inglaterra, Espanha, Alemanha, Itália e França –, com exceção do sueco Ibrahimovic, que hoje, joga na liga norte americana de futebol, porém, com passagens em grandes times das ligas italiana, espanhola, francesa e inglesa. Dos nomes citados, 13 disputaram a Copa do Mundo de 2018, ficaram de fora Ibrahimovic aposentando da Seleção da Suécia e Arjen Robben que não conseguiu passar pelas eliminatórias com a Seleção da Holanda.

Dos nomes que emergiram, 12 podem ser considerados titulares absolutos em seus clubes. A exceção fica por conta do brasileiro Gabriel Jesus – reserva imediato de Sergio Aguero –, Arjen Robben que alterna entre titularidade e banco de reservas em sua última temporada pelo F. C. Bayer de Munique da Alemanha e Philippe Coutinho que ainda não desencantou no F. C. Barcelona da Espanha.

Ainda, ressalta-se que dos nomes citados sete, jogaram ou ainda jogam pela dupla F. C. Barcelona e Real Madrid C. F., coincidentemente, como já mencionado e como pode ser visto no gráfico dez, são os clubes de futebol que contam com o número maior de simpatizantes brasileiros.

Por conseguinte, através do gráfico 11, visualiza-se uma concentração de indicações com 84,36% (232) nos seguintes jogadores Cristiano Ronaldo ex-Real Madrid C. F. e atual Juventus F. C., Neymar Jr. ex-F. C. Barcelona e atual Paris Saint-Germain F. C. e Lionel Messi atual F. C. Barcelona. Além de serem, de acordo com o site Torcedores.com (2018), o qual publica reportagem feita pelo jornal espanhol “AS”, os jogadores de futebol mais bem pagos do mundo, sobretudo, Messi e Cristiano Ronaldo, os quais tem rivalizado no decorrer do tempo, a partir de aspectos como, conquistas de campeonatos, artilharia, prêmios individuais, quebra de recordes, entre outros. O trio possui características como apelo midiático – possuem a capacidade de chamar atenção da imprensa e fãs em qualquer “canto” do mundo – possuem, potencial de elevar de patamar seus clubes os quais defendem, agregar valorização de capital nas marcas dos clubes e angariar torcedores.

Assim, pode-se dizer que são jogadores que possuem um alto volume de capital midiático e simbólico, podendo serem considerados jogadores globais. Isto pode ser verificado no caso da transferência de Cristiano Ronaldo do Real Madrid C. F. para a Juventus F. C, em que os valores das ações do time de Turim dispararam, ocasionando uma valorização do clube de 200 milhões de euros (EXAME, 2018). Não obstante, um estudo sobre as projeções das receitas do clube italiano, indicam para um considerável aumento dos valores arrecadados nos seguintes itens: bilheteria e vendas no estádio, cotas por participações em campeonatos, direitos de TV, vendas de produtos licenciados e etc.

Ainda de acordo com gráfico 11, observou-se indicações de jogadores, que ainda não possuem tanto prestígio, quanto os citados acima, porém que fizeram ou vêm fazendo temporadas de destaque no que se refere ao rendimento dentro de campo.

Isto pode ser verificado a partir de nomes como os campeões mundiais com a Seleção Francesa de futebol, Antoine Griezmann e Kyllian Mbappé, Harry Kane que em 2017 fechou o ano como o maior goleador de todas as ligas, deixando para trás Messi e Cristiano Ronaldo (GLOBOESPORTE.COM, 2017), também foi artilheiro da Copa do Mundo de 2018 com seis gols. Mohamed Salah, atacante do Liverpool F. C. foi outro que fez uma temporada 2017-2018 com muito destaque, conduzindo o time inglês a final da UEFA Champions League, 2017-2018, sendo coroado ao final do ano de 2018 com o

prêmio de melhor jogador africano. Apesar da temporada irregular no F. C. Barcelona, Philippe Coutinho foi destaque na campanha da Seleção Brasileira na Copa do Mundo de 2018. Nomes como Alisson Becker – goleiro da Seleção Brasileira e agora do Liverpool F. C. – e Paolo Dybala terminaram suas temporadas valorizados.

De modo geral, acredita-se numa crescente identificação clubística por parte dos jovens, sobretudo, com times europeus, gerando assim uma bifiliação clubística. Ainda, compreende-se que a figura do jogador global, será central neste processo de definição do clube para torcer e que quando o jogador se transferir de um clube para outro, o mesmo poderá ocorrer com o torcedor.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente dissertação objetivou-se em identificar e analisar os possíveis fatores que influenciam o indivíduo de dez anos de idade, da cidade de Telêmaco Borba – Paraná, na definição de sua identidade clubística. Esta missão, que sempre se mostrou árdua, também se revelou compensatória, sobretudo pela riqueza dos dados encontrados.

Compreende-se a identidade como algo não estático e multifacetado. Nesse sentido, identificou-se que a “Família” – enquanto a primeira configuração – como uma categoria central que pode influenciar o indivíduo na escolha do clube de futebol para torcer. Não obstante, neste contexto destaca-se a categoria “Pai”, como uma figura que – no que se refere a influência na escolha do time para torcer – é carregada de certo prestígio. Assim, quando este elemento não se encontra presente ou engajado futebolisticamente, outra figura, também carregada de prestígio e sentidos, pode assumir o papel de referência, podendo inclusive ser uma figura feminina como a “Mãe”. Desta forma, acredita-se que diante deste contexto, as primeiras experiências que o indivíduo terá no decorrer da vida, serão fundamentais para sua escolha clubística.

Para além da “Família”, identificou-se a categoria “Boa Fase” do time como elemento que exerce certa influência na definição clubística do indivíduo. Verifica-se isto, ao identificar uma preferência dos indivíduos em torcer por clubes de futebol brasileiro localizados em Regiões em onde estão localizados os clubes mais ricos e mais vencedores, transformando-os em clubes com muito prestígio para o torcedor.

Categorias que estão relacionadas a “Símbolos” das equipes como “Torcida” e “Cores do Time”, influenciam e permitem os torcedores desfrutar do mesmo sentimento, mesmo a grandes distâncias.

Desta mesma forma, verificou-se que os “ídolos” a partir das categorias que emergiram como “Por Gostar dos Jogadores” e “Neymar Jogou no Time”, são elementos centrais do espetáculo futebolístico e, por conseguinte, assumem um papel importante no que se refere a ligação entre o torcedor e o clube de futebol.

O “Pertencimento Local”, o “Jogar bem”, foram categorias que emergiram e indicam aspectos muito particulares do indivíduo, pois, a primeira tem-se a escolha do time para torcer como um dos elementos que reforçam e/ou reafirmam determinados valores. Já a segunda, está relacionada aos aspectos estéticos do estilo de jogo.

A categoria “História de Conquistas do time”, além do prestígio, entende-se que tais conquistas foram e ainda são contadas, sobretudo pela imprensa com certa dose de

dramaticidade, heroísmo que acabam por fomentar valores afetivos por parte do torcedor em relação ao time.

Observou-se também, a existência de um perfil do indivíduo que torce por dois clubes de futebol, sendo caracterizado como uma espécie de bifiliação clubística. A partir do aspecto da bifiliação, esta pode ser visualizada através do indivíduo que torce por dois times nacionais ou por um nacional e outro do exterior. Por conseguinte, identificou-se que a frequência deste tipo de torcedor é maior na relação entre um clube de futebol nacional e outro do exterior, do que dois nacionais. Acredita-se que pela facilidade e quantidade em acompanhar os diversos campeonatos europeus, seja pela TV aberta, TV fechada ou internet, que oferece, não só a possibilidade de acompanhar o clube de futebol, mas também, de interagir e desta forma, ocorre uma maior aproximação entre o indivíduo e o clube europeu.

Percebeu-se que quando o indivíduo não pertence a uma configuração familiar, a qual não possui *habitus* relacionados ao futebol, há uma tendência do mesmo ser influenciado por alguém de fora desse círculo familiar, porém, próximo como, por exemplo, um amigo.

Da mesma forma, observou-se uma possibilidade dos indivíduos, que torcem, mas que pertencem a configurações com pouco ou nada de engajamento futebolístico, em modificar sua escolha.

No que se refere, a escolha de um clube de futebol do exterior para torcer, observou-se que os clubes predominantemente, pertencem as principais ligas europeias, podendo serem caracterizados como clubes globais. Pois, possuem jogadores de diversas partes do mundo, possuem torcedores/consumidores de seus jogos e produtos oficiais espalhados pelo mundo, possuem grande capital e apelo midiático.

Não obstante, são clubes que possuem jogadores ditos, também globais. Estes vão exercer um importante papel, pois, quando se trata da identificação com o clube de futebol europeu, o jogador global tem a papel central e quando este muda de time, a tendência é ocorrerem uma movimentação dos torcedores também.

REFERÊNCIAS

ALVITO, M. “A parte que te cabe neste latifúndio”: o futebol brasileiro e a globalização. **Análise social**. Universidade Federal Fluminense. Rio de Janeiro, p. 451-474. 2006.

BABBIE, E. **Métodos de pesquisa de survey**. 2. ed. Belo Horizonte: UFMG, 2003. 519 p.

BARATA, R. C. B. Dez coisas que você deveria saber sobre o Qualis. **RBPG**, v. 13, n. 30, p. 13-40, jan/abr. 2016.

BARBOSA, A. M. e S.. O futebol e a sociedade global: uma reavaliação da identidade sociocultural brasileira. **Sociedade e cultura**. n. 2, p. 173-186, 2007.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Edições 70. São Paulo, 2016. 226 p.

BARRINHA, A.; NUNES, I. O futebol e a globalização. **Relações internacionais**. Coimbra, n. 02, p. 127-140, jun. 2004.

BERGER, P. L.; LUCKMANN, T. **A construção social da realidade**. 5. ed. Petrópolis: Vozes, 1983. 247p.

BDO RCS. **10º Valores das marcas dos clubes brasileiros**. 2017 Disponível em: <https://www.bdo.com.br/pt-br/publicacoes/noticias-em-destaque/10%C2%BA-valor-das-marcas-dos-clubes-brasileiros>. Acesso em 03 nov. 2018.

BLOG DO OHATA. **Globo deixa de transmitir estreia de Neymar no PSG e exibirá Brasileiro**. Disponível em: <https://blogdoojata.blogosfera.uol.com.br/2017/08/11/globo-desiste-de-transmitir-estreia-de-neymar-pelo-psg-e-exibira-brasileiro/>. Acesso em 22 dez. 2018

BLOG DO RODRIGO MATTOS. **Rei da TV Aberta em 18, Palmeiras ganharia maior cota por exibição na Globo**. Disponível em: <https://rodrigomattos.blogosfera.uol.com.br/2018/12/11/rei-da-tv-aberta-em-18-palmeiras-ganharia-maior-cota-por-exibicao-na-globo/>. Acesso em 02 fev. 2019.

CALDERÓN, V. F. P. Estudio de la identidad grupal de la Barra Brava “La Gloriosa Ultra Sur 34” del club The Strongest. **Investigación Psicológica**, La Paz, n.14, p. 14-55, dez. 2015.

DAMO, A. S. **Para o que der e vier**: o pertencimento clubístico a partir do Grêmio Football Porto Alegrense e seus torcedores. 1998, 232f. Dissertação [Mestrado em Antropologia Social]. Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRS, Porto Alegre, 1998.

DAMO, A. S. Monopólio estético e diversidade configuracional no futebol brasileiro. **Movimento**, Porto Alegre, v. 9, n. 2, p. 129-156, mai/ago. 2003.

DAMO, A. S. O simbólico e o econômico no futebol de espetáculo: as estratégias da fifa para tornar as copas lucrativas a partir de uma interpretação antropológica. **Razón y Palabra**, v. 14, n. 69, p. 1-35, julho/agosto, 2009.

DAMO, A. S. Paixão partilhada e participativa – o caso do futebol. História: **Questões & Debates**, Curitiba, n. 57, p. 45-72, jul./dez. 2012.

DAMATTA, R. Esporte na sociedade: um ensaio sobre o futebol brasileiro. In: **Universo do futebol: esporte e sociedade brasileira**. Rio de Janeiro: Pinakotheke, 1982a. cap. 1. p. 19-42.

DAMO, A. S. Futebol: Ópio do povo x Drama de justiça social. **Novos Estudos Cebrap**, São Paulo, v. 1, n. 4, p. 54-60, nov. 1982b.

DAMO, A. S. Antropologia do óbvio: Notas em torno do significado social do futebol brasileiro. **Revista USP**, São Paulo, n. 22, p. 10-17. jun/jul/ago. 1994.

ELIAS, N. **Introdução a sociologia**. Lisboa: edições 70. 1980. P. 197.

ELIAS, N. **A sociedade dos indivíduos**. Rio de Janeiro: Zahar, 1994a. 195 p.

ELIAS, N. **Teoria Simbólica**. Oeiras, Celta, 1994.

ELIAS, N. **Os alemães**: a luta pelo poder e a evolução do habitus nos séculos XIX e XX. Rio de Janeiro: Zahar, 1997. 335 p.

ELIAS, N. **Sobre o tempo**. Rio de Janeiro: Zahar, 1998. 163p.

ELIAS, N.; DUNNING, E. **A busca da excitação**. Lisboa: Difusão Ed, Ltda. 1992. 421p.

EXAME. **Juventus já valorizou 200 milhões de euros com Cristiano Ronaldo**. Disponível em: <https://exame.abril.com.br/negocios/juventus-ja-valorizou-200-milhoes-de-euros-com-cristiano-ronaldo/>. Acesso em: 15 dez. 2019.

EWALD, A. P.; SOARES, J. C. Identidade e subjetividade numa era de incerteza. **Estudos de Psicologia**, Campinas, v.1, n. 12, p. 23-30. 2007.

DRULA, A. J. D. et al. Conexões entre espaços de lazer e futebol: um templo Europeu chamado Camp Nou. **Licere**, Belo Horizonte, v. 21, n. 1, p. 47-70. 2017.

FÉDÉRATION INTERNATIONALE DE FOOTBALL ASSOCIATION – FIFA. **Associação**. Disponível em: <https://www.fifa.com/associations/>. Acesso em 03 de março de 2018.

FERNANDES, K. R.; ZANELLI, J. C. O processo de construção e reconstrução das identidades dos indivíduos nas organizações. **Revista Administração Contemporânea**, Rio de Janeiro, v. 10, n. 1, p. 55-72, jan/mar. 2006.

FERREIRA, N. S. A. Pesquisas denominadas “Estado da Arte”. **Educação & Sociedade**, n. 79, p. 257-272, ago. 2002.

FERREIRA, B. R. T.; LEÃO, A. L. M. S.; PAIVA JÚNIOR, F. G. Identificação e diferença na construção de identidades culturais de torcedores rivais dos três grandes clubes da cidade do Recife: entre a defesa e o ataque em interações sociais virtuais. **PODIUM Sport, Leisure and Tourism Review**, v. 3, n. 2, p. 85-96, jul/dez. 2014.

FREITAS JUNIOR, M. A. Pais, amigos, professores e mídia: influências externas na definição clubística. In: ENCONTRO ESTADUAL DE HISTÓRIA (ANPUH), 13., 2012, Londrina. **Anais...** Londrina: [s. n.], 2012. p. 1-10.

GIGLIO, S. S. **Futebol: Mitos, ídolos e heróis**. 2007, 160f. Dissertação de Mestrado [Mestre em Educação Física] – Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2007.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa Social**. 6. ed. São Paulo: Atlas S. A., 2008. 200 p.

GODOY, M. G. G.; FARINA, C. M. Imagens e representações: As marcas do Sport Clube Corinthians Paulista. **Revista Lumen et Virtus**, v. 5, n. 11, p. 92-109, set. 2014.

GLOBOESPORTE.COM. **Inglês é a melhor Liga da Europa; Francês fica em último**. Disponível em: <https://globoesporte.globo.com/futebol/futebol-internacional/noticia/ranking-ge-ingles-e-a-melhor-liga-da-europa-frances-fica-em-ultimo-no-top-5.ghtml>. Acesso em: 05 fev. 2019.

GLOBOESPORTE.COM. **Lista de títulos dos campeões brasileiros**. Disponível em: <https://globoesporte.globo.com/futebol/times/palmeiras/noticia/lista-de-titulos-dos-campeoes-brasileiros-ranking.ghtml>. Acesso em: 30 dez 2018.

HELAL, Ronaldo. Mídia, Ídolos e Heróis do Futebol. **Comunicação, movimento e mídia na educação física**, Santa Maria, Rio Grande do Sul, v. 2, p. 32-52, 1999.

HELAL et al. A construção de um ídolo futebolístico na imprensa. **Organicom**, n.15, p. 234-246, 2011.

HELAL, R.; GORDON, C. A crise do futebol brasileiro: perspectivas para o século XXI. **Revista Eco-Pós**. n. 1, p. 37-55. 2002.

HERRERA, D.; VALERIO, G.; RODRIGUEZ-ACEVES, L. Digital engagement and social identity of sports fans: the case of premier League teams on facebook. **Revista iberoamericana de psicología del ejercicio y el deporte** v. 13, n1, p. 59-69. 2018.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATISTICA. **Mesorregiões Geográficas**. 2004. Disponível em: <http://www.geografia.seed.pr.gov.br/modules/galeria/detalhe.php?foto=1586&evento=8>. Acesso em: 10 de out. 2018.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua – PNAD**. Disponível em: https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/media/com_mediaibge/arquivos/c62c9d551093e4b8e9d9810a6d3bafff.pdf. Acesso em 02 fev. 2019.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Panorama do Município de Telêmaco Borba**. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pr/telemaco-borba/panorama>. Acesso em 15 de Mai. 2019.

IBOPE REPUCOM. **Os clubes estrangeiros que conquistaram a torcida brasileira**. Disponível em: <http://www.iboperepucom.com.br/noticias/os-principais-clubes-estrangeiros-na-torcida-dos-brasileiros-como-segundo-time-de-coracao/>. Acesso em 03 nov. 2018.

IBOPE REPUCOM. **Ranking digital dos clubes brasileiros – Fev/2019**. Disponível em: <http://www.iboperepucom.com.br/rankings/ranking-digital-dos-clubes-brasileiros-fev2019/>. Acesso em 05 fev 2019.

JUNGBLUT, A. L. O ciberespaço, suas lógicas e alguns exercícios identitários entre os brasileiros na internet. In: MEDEIROS, João Luiz (Org.). Ed.1. **Identidade em Movimento: Nação, Cyberespaço, Ambientalismo e Religião no Brasil Contemporâneo**. Porto Alegre: Sulina, 2008. p. 122-146.

KOWALSKI, M. **Por que Flamengo?**. 2001, 392f. Tese [Doutorado em Educação Física] – Universidade Gama Filho, Rio de Janeiro, 2001.

LINHARES, W. L. et al. Para qual time você torce? Analisando as escolhas futebolísticas dos discentes do ensino médio de um colégio público – 2015. In: II SIMPÓSIO INTERNACIONAL INTERDISCIPLINAR EM CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS, 1, 2017, Ponta Grossa. **Anais...** Ponta Grossa: UEPG, 2017. p. 1-6.

LINHARES, W. L.; FREITAS JUNIOR, M.A. Analisando as escolhas do time para torcer dos alunos de um colégio público estadual da cidade de Ponta Grossa: um estudo exploratório. In: XV CONGRESSO DE HISTÓRIA DO ESPORTE, DO LAZER E DA EDUCAÇÃO FPISICA/II INTERNATIONAL CONGRESS OS SPORTS HISTORY., 2018, Curitiba. **Resumo...** Curitiba: UFPR/Universidade Positivo, 2018. Online.

MAGALHÃES, J. Processos de construção sociais, movimentos autogestionários e consciência crítica. **ORG & DEMO**, Marília, v. 5, n.2, p. 229-246, 2004.

MANCINI, M. C.; SAMPAIO, R. F.; Quando o objeto de estudo é a literatura: Estudo de revisão. **Rev. Bras Fisioterapia**, São Carlos, v. 10, n.4, p. 361-472, 2006.

MARINHO, N. D. **Valor estético do futebol**: o olhar do apreciador com conhecimento profundo do jogo. 2007. 127f. Monografia [Licenciatura do Desporto] – Faculdade de Desporto da Universidade do Porto, Porto, 2007.

MARTINS, L. J. **O papel das mídias sociais na construção da identidade social do sujeito pós-moderno**. 2013, 140f. Monografia. [Especialista em desenvolvimento Web] – Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Londrina, 2013.

MEZZADRI, F. M. As possíveis interferências do estado na estrutura do futebol brasileiro. In. RIBEIRO, Luiz (Org.). **Futebol e Globalização**. Ed. 1. Jundiaí: Fontoura, 2007. P.107-128.

MOROSINI, M. C. Estado de conhecimento e questões do campo científico. **Educação**, Santa Maria, v. 40, n. 1, p. 101-116, jan/abr. 2015.

MOROSINI, M.C.; FERNANDES, C. M. B. Estado do Conhecimento: conceitos, finalidades e interlocuções. **Educação por Escrito**, v. 5, n. 2, p. 154-184, jul/dez. 2014.

MOSKO, J. C. Futebol moderno e a busca pelo capital: o exemplo do Clube Atlético Paranaense. In. Ribeiro, Luiz (Org.). **Futebol e Globalização**. Ed. 1. Jundiaí: Fontoura, 2007. p. 83-105.

NÓBREGA, L. P. A construção de identidades nas redes sociais. **Fragmentos de cultura**, Goiânia, v. 20, n. 1, p. 95-102, jan./fev. 2010.

Organização Nações Unidas Brasil – ONUBR. **Países-membros da ONU**. Disponível em: <https://nacoesunidas.org/conheca/paises-membros/>. Acesso em 03 de março de 2018.

O GLOBO. **“Jogadores brasileiros são os que movimentaram mais dinheiro em transferências em 2018”**. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/esportes/jogadores-brasileiros-sao-os-que-movimentaram-mais-dinheiro-em-transferencias-em-2018-23416176>. Acesso em 01 fev. 2019

O GLOBO. “**Jogadores brasileiros são os que movimentaram mais dinheiro em transferências em 2018**”. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/esportes/jogadores-brasileiros-sao-os-que-movimentaram-mais-dinheiro-em-transferencias-em-2018-23416176>. Acesso em 01 fev. 2019.

PRONI, M. W. **Esporte-espetáculo e futebol-empresa**. Tese (Doutorado em Educação Física) – faculdade de Educação Física, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 1998.

PRONI, M. W; ZAIA, F. H. Gestão empresarial do futebol num mundo globalizado. In. RIBEIRO, Luiz (Org.). **Futebol e Globalização**. Ed. 1. Jundiaí: Fontoura, p. 19-47, 2007.

PLURI CONSULTORIAS. **Times europeus avançam sobre torcedores brasileiros**. 2013.

QUINTANEIRO, T. Processo civilizador, sociedade e indivíduo na teoria sociológica de Norbert Elias. Belo Horizonte: Argvmentvm, 2010. 140 p.

RIAL, C. RODAR: a circulação dos jogadores de futebol brasileiros no exterior. **Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, ano 14, n. 30, p. 21-65, jul./dez. 2009.

RIBEIRO, L. A crise da autonomia no futebol globalizado: a experiência europeia (1985-2007). In. RIBEIRO, Luiz (Org.). **Futebol e Globalização**. Ed. 1. Jundiaí: Fontoura, p. 49-68. 2007.

RIGO, L. C.; TORRANO, C. V. Identidade dos clubes de futebol: singularidades do FC Barcelona. **Movimento**, Porto Alegre, v. 19, n. 03, p. 191-210, jul/set. 2013.

ROBERTSON, R.; GIULIANOTTI, R. Fútbol, globalización y glocalización. **Rev. Internacional de Sociologia**. N. 45, p. 9-35, set-dez. 2006.

RODRIGUES, Francisco Xavier Freire. **O fim do passe e a modernização conservadora no futebol brasileiro** (2007). Tese (Doutorado em Sociologia) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre. 2002.

ROMANOWSKI, J. P. **As licenciaturas no Brasil: Um balanço das teses e dissertações dos anos 90**. 2002, 147f. Tese [Doutorado em Educação] – Faculdade de Educação da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2002.

ROMANOWSKI, J. P.; ENS, R. T. As pesquisas denominadas do tipo “Estado da Arte” em educação. **Dialogo Educacional**, Curitiba, v. 6, n. 19, p. 37-50, set/dez. 2006.

ROSA, N. G. M. B. Identidade: Anthony Giddens e Norbert Elias. **Humanidades em Diálogo**. v. 1, n. 1, p. 135-148, nov. 2007.

SANTOS, E. R.; MONASTIRSKY, L. B. Operário Ferroviário Esporte Clube: Patrimônio Cultural de Ponta Grossa. **RA'E GA – O espaço geográfico em debate**, Curitiba, p. 52-68. 2012.

SECOM - Secretaria Especial de Comunicação Social da Presidência da República. **Pesquisa Brasileira de Mídia**: relatório final. Brasília.2016

SPORTS VALUE. **FINANÇAS DOS CLUBES BRASILEIROS EM 2017**. Disponível em: <http://www.sportsvalue.com.br/wp-content/uploads/2018/05/Sports-Value-Financas-Clubes-Brasileiros-Maio18.pdf>. Acesso em 02 dez 2018

SWAIN, T. N. Fronteiras do Paraná: da colonização à migração. In. Aubertin, Catherine, (Org). **Fronteiras**. Brasília: Ed Universidade de Brasília, p. 19-37, 1988.

TEIXEIRA, C. R. O “Estado da Arte”: a concepção de avaliação educacional veiculada na produção acadêmica do Programa de Pós-Graduação em Educação: Currículo (1975-2000). **Cadernos de Pós-Graduação – educação**, São Paulo, v. 5, n. 1, p. 49. 2006.

VASCONCELOS, A. A. **Identidade Futebolística**: os torcedores “mistos” no Nordeste. 2011, 90f. Dissertação [Mestrado em Sociologia] – Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2011.

VASCONCELOS, A. A. “Eu Tenho Dois Amores que em Nada São Iguais”: A Bifiliação Clubística no Nordeste. **Ponto Urbe [online]**, n.14. Jul. 2014. Disponível em: <http://pontourbe.revues.org/1441>. Acesso em 03 de janeiro de 2018.

APÊNDICE A: MODELO DE INSTRUMENTO APLICADO

INSTRUMENTO

Masculino () Feminino ()

1. Marque (1) para primeira opção e (2) para segunda opção:			
Para qual clube de futebol você torce?			
() Flamengo	() Corinthians	() São Paulo	() Vasco
() Palmeiras	Outro:		
2. Marque “X” na alternativa:			
Por que você escolheu torcer por este clube de futebol?			
() Por influência da família		() Pelo time estar em uma boa fase	
() Pela torcida		() Pelas cores do time	
() Time representa a cidade		() Time representa o Estado (Paraná)	
Outro:			
3. Marque “X” na alternativa:			
Como você acompanha o clube de futebol para qual torce?			
() Pela TV aberta	() Pela TV fechada	() Pelo rádio	
() Pela internet	() No estádio	() Não acompanha	
() Outro:			
4. Marque “X” na alternativa:			
Se você já torceu por outro clube de futebol, por que mudou?			
() Influência da família		() Influência dos amigos	
() Pela fase que o time atravessava			
Outro:			
5. Marque “X” na alternativa:			
Quem é/são responsável(is) por cuidar de você?			
() Pai	() Mãe	() Vô	() Vó
() Tio	() Tia	Outros:	
6. Marque “X” na alternativa:			
Qual clube de futebol seu Pai/responsável torce?			
() Flamengo	() Corinthians	() São Paulo	() Vasco
() Palmeiras	Outro:		

7. Marque “X” na alternativa:			
Qual clube de futebol sua Mãe/responsável torce?			
() Flamengo	() Corinthians	() São Paulo	() Vasco
() Palmeiras	Outro:		
8. Marque “X” na alternativa:			
Qual clube de futebol seu melhor amigo(a) torce?			
() Flamengo	() Corinthians	() São Paulo	() Vasco
() Palmeiras	Outro:		
9. Marque “X” na alternativa:			
Você torce por algum clube de futebol do exterior?			
() Barcelona – ESP	() Real Madrid – ESP	() Chelsea – ING	() Bayern Munich – ALE
() PSG – FRA	Outro:		
10. Marque “X” na alternativa:			
Na sua opinião, quem é o maior jogador de futebol?			
() Messi	() Cristiano Ronaldo	() Neymar	() Robben
() Ibrahimovic	Outro:		

APÊNDICE B: MODELO DE TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE PONTA GROSSA PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO - TCLE

Sr.(a), responsável pelo aluno(a), está sendo convidado(a) a autorizar o mesmo a participar da pesquisa, vinculada ao Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais Aplicadas – Mestrado – da Universidade Estadual de Ponta Grossa – UEPG, intitulada: **PARA QUAL TIME DE FUTEBOL VOCÊ TORCE? Analisando os fatores que influenciam na definição da identidade clubística.** O objetivo deste estudo é “identificar e analisar quais fatores podem influenciar na definição da identidade clubística, do indivíduo de 10 (dez) anos de idade, da cidade de Telêmaco Borba – Paraná”. Dessa forma, a presente pesquisa terá como instrumento de coleta de dados, a aplicação de um questionário, em que o aluno deverá responder 10 (dez) questões marcando apenas um “**X**” em qualquer opção.

Salientamos que você poderá obter todas as informações que quiser e poderá não autorizar o aluno(a) a participar do estudo ou retirar seu consentimento a qualquer momento, sem nenhum tipo de prejuízo para o(a) mesmo(a). Ressaltamos que o nome da criança, não aparecerá em qualquer momento do estudo, preservando assim, sua identidade.

Nesse sentido, pelo presente documento, eu, _____, portador do RG: _____, emitido pelo(a): _____, domiciliado/residente em (Av./Rua/no./complemento/Cidade/Estado/CEP): _____

_____, responsável pelo aluno(a) _____, menor (impúbere), nascido aos ____/____/____ “diante dos esclarecimentos prestados, autorizo o mesmo, a participar do estudo, na qualidade de voluntário.” E, declaro ceder ao Pesquisador: Wendell Luiz Linhares, CPF: 057.528.549-46, RG: 9.800.995-7, emitido pelo: SSP-PR, domiciliado/residente em (Av./Rua/no./complemento/Cidade/Estado/CEP): Rua Otília Cunha Guimarães, nº 365, apartamento 12 A, Ponta Grossa, Paraná, CEP: 84.031-028, a autorização para utilizar, divulgar e publicar, para fins acadêmicos e culturais, os dados coletados através do instrumento acima citado.

Em tempo, caso surja qualquer de dúvida, você (responsável pelo aluno) poderá entrar em contato com o pesquisador pelo telefone: (42) 9 9802-7244 ou pelo e-mail: wendell.luiz@hotmail.com, para saná-las.

Local e Data: Telêmaco Borba, _____ de _____ de 2018

(Assinatura do responsável pelo aluno participante da pesquisa)