



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO
INSTITUTO DE LINGUAGENS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
ESTUDOS DE CULTURA CONTEMPORÂNEA**

LAIRCE ALELUIA DE CAMPOS

**CARTOGRAFIAS COLETIVAS: O TORCEDOR CUIABANO E A SUA RELAÇÃO
COM A SELEÇÃO BRASILEIRA DE FUTEBOL**

**CUIABÁ-MT
2015**

LAIRCE ALELUIA DE CAMPOS

**CARTOGRAFIAS COLETIVAS: O TORCEDOR CUIABANO E A SUA RELAÇÃO
COM A SELEÇÃO BRASILEIRA DE FUTEBOL**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Estudos de Cultura Contemporânea, do Instituto de Linguagens da Universidade Federal de Mato Grosso, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Estudos de Cultura Contemporânea. Área de Concentração: Estudos Interdisciplinares de Cultura. Linha de Pesquisa: Comunicação e Mediações Culturais.

Orientador: Prof. Dr. Francisco Xavier Freire Rodrigues

**CUIABÁ-MT
2015**

Dados Internacionais de Catalogação na Fonte

C198c Campos, Lairce Aleluia de.
Cartografias coletivas: o torcedor cuiabano e a sua relação com a Seleção Brasileira de Futebol / Lairce Aleluia de Campos. – 2015.
90 f.: il. color.; 30 cm.

Orientador: Francisco Xavier Freire Rodrigues.
Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Mato Grosso, Instituto de Linguagens, Programa de Pós-Graduação em Estudos de Cultura Contemporânea, Cuiabá, 2015.
Inclui bibliografia.

1. Torcedor cuiabano – Perfil sociológico. 2. Seleção Brasileira de Futebol. 3. Copa do Mundo – Jogos – Cuiabá (MT). 4. Futebol – Torcedor cuiabano. 5. Torcida cuiabana. I. Título.

CDU 796.33.093.427:796.073(817.2)

Ficha Catalográfica elaborada pelo Bibliotecário Jordan Antonio de Souza - CRB1/2099

Permitida a reprodução parcial ou total desde que citada a fonte



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO-GROSSO
PRÓ-REITORIA DE ENSINO DE PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ESTUDOS DE CULTURA CONTEMPORÂNEA
Avenida Fernando Corrêa da Costa, 2367, - Boa Esperança - Cep: 78060900 - CUIABÁ/MT
Tel : (65) 3615-8428 - Email : ecco@ufmt.br

FOLHA DE APROVAÇÃO

TÍTULO: "Cartografias Coletivas: O Torcedor Cuiabano e a sua Relação com a Seleção Brasileira de Futebol"

AUTORA: Lairce Aleluia de Campos

Dissertação defendida e aprovada em 15 de dezembro de 2015.


Presidente da Banca / Orientador: Doutor Francisco Xavier Freire Rodrigues.
Instituição: Universidade Federal de Mato Grosso


Examinador Interno: Doutor Yuji Gushiken.
Instituição: Universidade Federal de Mato Grosso


Examinadora Externa: Doutora Cleusa Albilla de Almeida.
Instituição: Fundação de Apoio a Educação Superior Pública - FAESP.

CUIABÁ, 15 de dezembro de 2015.

Dedico,

À minha mãe, Maria Do Carmo, pelo apoio incondicional nesta desafiadora jornada acadêmica.

À minha querida irmã, Lail, pelo carinho, afetos constantes e disposição em apoiar-me e em acolher os meus sonhos.

Aos meus sobrinhos Júnior e Armando, pelo amor que me dedicam, e porque dia após dia me ensinam a ser uma pessoa melhor.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus por mais esta conquista e, principalmente, por ter me permitido interagir com pessoas tão extraordinárias, que contribuíram imensamente para o meu percurso acadêmico.

De forma especial, agradeço ao meu orientador, Professor Doutor Francisco Xavier Freire Rodrigues, pela partilha do saber - valiosas contribuições -, aprendizagem gratificante e rigorosa ao longo do desenvolvimento deste processo. Seu olhar sociológico contribui de forma significativa à conclusão deste trabalho.

Aos colegas, funcionários e docentes do Programa de Pós-Graduação em Estudos de Cultura Contemporânea, pelas trocas acadêmicas e afetos.

Aos Professores Doutores Yuji Gushiken e José Tarcísio Grunennvaldt por suas leituras minuciosas, sugestões valiosas e carinho para com meu trabalho, desde a qualificação.

Agradeço também, de forma especial, à professora Cleusa Albilia de Almeida, que aceitou prontamente compor a banca externa deste trabalho.

Aos amigos e colegas de trabalho pelo apoio, afeto e toda nossa partilha.

Aos torcedores cuiabanos, atores principais desta pesquisa, por se disporem a compartilhar seus saberes comigo.

A todos aqueles que de alguma forma colaboraram com revisões, sugestões, diálogos e outras ações que se fazem êxitos nesta dissertação.

Muito obrigada!

São poucos aqueles que no contato com a massa ficam indiferentes. A torcida de futebol parece realmente exercer uma força sobre as pessoas, até os desavisados se prendem em suas tramas.

Hryniewicz (2008)

RESUMO

Busca esta dissertação estudar o perfil sociológico dos torcedores cuiabanos de futebol, cuja pesquisa foi desenvolvida durante a Copa do Mundo de Futebol de 2014, realizada no Brasil. Foi observada a relação estabelecida entre tais torcedores, a Seleção Brasileira de Futebol e seus clubes de futebol do coração. Sob perspectivas antropológica e sociológica, foram mapeadas as práticas torcedoras, construídas durante os jogos em que a Seleção Brasileira atuou. Tendo-se em vista a caracterização dos sujeitos, foi preciso conhecer o torcedor cuiabano. Tal abordagem se deu através de três eixos, sendo que o primeiro refere-se ao perfil socioeconômico; o segundo aborda a relação do torcedor com o futebol, e o terceiro eixo trata do vínculo do torcedor com os clubes brasileiros e com a Seleção Brasileira de Futebol. Os constructos teóricos foram pautados em estudos e conceitos sobre “tribo”, desenvolvidos por Maffesoli, “clubismo” em Damo e “torcidas” através de Toledo. Pautamos a metodologia na pesquisa Survey, de caráter quantitativo e qualitativo, via questionários, entrevistas semiestruturadas, fotografias e referências bibliográficas. Revelam os resultados que o torcedor, que antes se via desvinculado da prática de ir ao estádio de futebol para prestigiar as partidas, sentiu-se estimulado a frequentá-lo.

Palavras-chave: Torcedor Cuiabano. Sociabilidade. Clubismo. Seleção Brasileira de Futebol.

ABSTRACT

This dissertation studies the sociological profile *cuiabano* soccer fans, whose research was developed during the World Cup 2014, held in Brazil. It was observed the relation between such fans, the Brazilian national soccer team and its football clubs of the heart. Under anthropological and sociological perspective, the cheerleaders practices were mapped, built during the games in which the Brazilian team played. Keeping in view characterizing the subjects, it was necessary to know the *cuiabano* fans. Such an approach was made through three axes, the first of which refers to the socioeconomic profile; the second addresses the relationship of fans with soccer, and the third axis is the supporter of the bond with Brazilian clubs and with the Brazilian national football team. The theoretical constructs were based on studies and concepts of "tribe", developed by Maffesoli, "clubismo" in Damo and "twisted" by Toledo. We base the methodology in Survey research, both quantitative and qualitative, via questionnaires, semi-structured interviews, photographs and references. The results reveal that the fans who once found himself disengaged from the practice of going to the football stadium to honor the matches, he was encouraged to attend it.

Keywords: Fan Cuiabano. Sociability. Clubismo. Brazilian soccer team.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Imagem 1 - Os torcedores durante a Copa do Mundo em Cuiabá	18
Imagem 2 - Torcedores e cenários.....	46
Imagem 3 - Campanha publicitária sobre a Copa do Pantanal 2014: “Somos todos festeiros”	67

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Gênero do torcedor	51
Gráfico 2 - Faixa etária do torcedor	53
Gráfico 3 - Grau de instrução.....	54
Gráfico 4 - Renda salarial do torcedor	55
Gráfico 5 - Frequência de consumo do futebol	57
Gráfico 6 - Representação do futebol no cotidiano	58
Gráfico 7 - Preferência entre time local e nacional	60
Gráfico 8 - Mídias utilizadas pelo torcedor para se informar sobre futebol	62
Gráfico 9 - Sentimento sobre Cuiabá ser cidade-sede da Copa do Pantanal.....	63
Gráfico 10 - Motivação para assistir aos jogos na Arena Pantanal	64
Gráfico 11- Percepção e classificação da torcida cuiabana	66
Gráfico 12 - Sobre os jogos planejados para assistir.....	68
Gráfico 13 - Locais escolhidos para assistir ao jogo	69
Gráfico 14 - Importância de ganhar a Copa, representações de patriotismo e significações de ser brasileiro	71
Gráfico 15 - Comportamento do torcedor durante os jogos.....	72

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CEOV – Clube Esportivo Operário Várzea-Grandense

ECCO – Estudos de Cultura Contemporânea

FMF – Federação Mato-Grossense de Futebol

FAESP – Fundação de Apoio ao Ensino Superior Público Estadual

FIFA – Federação Internacional de Futebol

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

IFMT – Instituto Federal de Educação do Estado de Mato Grosso

MG – Minas Gerais

MT – Mato Grosso

PNAD – Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios

RG - Registro Geral

TO – Torcida Organizada

USP – Universidade de São Paulo

UNESP – Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”

UFMT – Universidade Federal de Mato Grosso

VLT – Veículo Leve sobre Trilhos

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	12
1 TORCIDAS, RITUAIS E PAIXÃO PELO FUTEBOL	18
1.1 Torcedor, espectador e as paixões clubísticas	19
1.2 Tribos, totens, clãs e as torcidas	30
1.3 Copa do Mundo, espetáculo, mídia e esporte.....	35
2 CONTEXTOS E CAMINHOS: O FAZER METODOLÓGICO	40
2.1 Pesquisa de campo, instrumentos e coleta de dados.....	43
2.2 Lócus da pesquisa e caracterização dos sujeitos.....	45
2.3 Procedimentos de análises dos dados.....	47
3 TORCEDORES, SELEÇÃO E ESPETÁCULO FUTEBOLÍSTICO	49
3.1 Cartografias coletivas: caracterizando o torcedor cuiabano em tempos de Copa do Pantanal.....	50
3.2 Envolvimentos, representações futebolísticas, clubismo locais e nacionais	56
4.3 Seleção, torcida e espetáculo futebolístico no imaginário do torcedor cuiabano.....	63
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	74
REFERÊNCIAS	76
APÊNDICE A - Questionário – Copa do Mundo Junho/2014	83
APÊNDICE B - Roteiro de Entrevista Semiestruturada	87
APÊNDICE C - Termo de Consentimento Livre e Esclarecido	89
ANEXO A – Recorte do Jornal A Gazeta com Reportagem Sobre a Pesquisa Copa Realizada/2014	90

INTRODUÇÃO

Tendo por base a Sociologia do Esporte, esta dissertação estuda o perfil sociológico dos torcedores cuiabanos bem como sua relação com a Seleção Brasileira de Futebol, cuja conclusão consolida-se como contribuição ao Programa de Pós-Graduação – Mestrado em Estudos de Cultura Contemporânea (ECCO), pela Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT).

Nosso recorte empírico é a dinâmica sobre essas práticas torcedoras¹, dentro e fora do estádio de futebol, no espaço urbano. Com a finalidade de compreendermos a construção dessas identidades e sociabilidades futebolísticas, elegemos as perspectivas Antropológica e Sociológica, partindo da premissa de que pertencer a uma torcida não remete apenas a criar vínculos e paixões, mas também oportuniza que os sujeitos interajam com/através de um local de lazer.

Dado o panorama, observamos que os torcedores, que entre si nem se conheciam – em muitos casos –, em determinado momento criam e fortalecem vínculos entre si. Ao reagruparem-se, deixam eles de ser singulares para estar em “grupo”; por outro lado, o torcedor de futebol não interage com todos os membros da torcida, ainda que os imagine pertencentes à mesma coletividade. De uma forma ou de outra, são as torcidas compostas por pessoas de diferentes níveis culturais, socioeconômicos, de distintas regiões, com variadas nuances de envolvimento emocional e estético e assim por diante.

Considerando em Reis (1998) estudos sobre diferentes práticas torcedoras, existindo as categorias de espectadores e de torcedores, definimos o viés a ser enfatizado nesta pesquisa. Assim, admitimos dois diferentes tipos de torcedores: há aqueles que pertencem a uma torcida organizada, e outros somente dedicados à Copa do Mundo de Futebol, sendo estes últimos os que nos interessam e que denominamos de “torcedores de ocasião ou evento”. A expressão inglesa “soccer fan”, que significa “torcedor fã” também os define, de maneira que admitimos serem os torcedores de Copa do Mundo aqueles que não pertencem ao grupo de “torcidas organizadas”, aqui chamados de “torcedores comuns”.

Dentro desse contexto sociocultural definidor das diferentes torcidas é que elaboramos os questionamentos condutores da presente pesquisa, sendo eles: - Existe diferença entre torcer pela Seleção Brasileira e torcer pelo clube favorito, em um momento de rotina? - O

¹O conceito de práticas torcedoras foi utilizado neste artigo inspirado no conceito de “práticas cotidianas” de Michel de Certeau (1994). Ou seja, como “práticas inventivas” produtoras de culturas. Maiores considerações, ver Jahnecka (2010). Olhando o futebol: Jeito Xavante de Torcer.

que constitui os cuiabanos, e brasileiros em geral, como torcedores de Copa do Mundo de Futebol? - O torcedor de futebol de clube difere-se do torcedor de Mundial? - Quais aspectos constituem o perfil do torcedor cuiabano? A hipótese aventada é que, em época de Copa do Mundo, os torcedores são atípicos, ou seja, possuem características diferentes daquilo que se evidencia em outros contextos futebolísticos.

Com vistas a buscar respostas às indagações supramencionadas, norteamos nosso labor combinando pesquisa qualitativa com a quantitativa (*Survey Descritiva*), bem como lançamos mão de observações participantes e pesquisas bibliográficas, estas que nos amparam nos conceitos científicos pertinentes à temática ora abordada.

Igualmente, construímos nossas fontes com leituras de artigos, teses, dissertações e livros que abordam o tema futebol, em seus conteúdos sobre “torcida”, a essência do ser torcedor, o pertencimento clubístico e a nacionalidade. Entre os teóricos, buscamos em Toledo (1996), Cintra Sobrinho (2005) e Reis (1998) conceitos sobre torcedor; em Damo (2007) encontramos definições sobre clubismo; Franco Júnior (2007) discorre sobre a categoria clã enquanto Maffesoli (2014) fala sobre tribo, concluindo com teorias de Goffman (2013) sobre Representações.

Para compreender o torcedor de futebol como fenômeno atual nos grandes centros urbanos, grande é a contribuição da obra de Michel Maffesoli (2014), intitulada “O tempo das tribos, o declínio do individualismo nas sociedades de massa”, cuja análise indica que o torcedor de futebol é visualizado como sujeito específico das sociedades urbanas contemporâneas, que podem ser vistos andando em bandos, usando a camisa do time, diferenciando-se de um todo e construindo para si e para o grupo uma identidade ímpar.

E, para traçarmos o perfil sociológico, aplicamos 122 (cento e vinte e dois) questionários, 05 (cinco) entrevistas semiestruturadas, além da observação participante, com o objetivo geral de descrever o perfil do torcedor cuiabano em época de Copa do Mundo, bem como sua relação com a Seleção Brasileira de Futebol. Obviamente, esse objetivo se desdobrou em outros mais específicos, como: caracterizar o torcedor cuiabano na Copa do Mundo de 2014; observar a maneira como o torcedor cuiabano percebe o futebol em seu cotidiano; investigar as diversas formas de manifestação da torcida cuiabana durante o Mundial e, por fim, estudar a identidade futebolística dos torcedores cuiabanos a partir de suas relações com os clubes do coração.

Consideramos que o Mundial é evento de enorme importância social na cultura brasileira desde há muito tempo até este contemporâneo, e se vincula o seu acesso ao caráter

mediatizado, segundo Gastaldo (2000, p. 62) quando relata que “[...] Desde as primeiras transmissões internacionais de jogos de futebol por rádio, nos anos 50, a cobertura dos jogos do Brasil na Copa do Mundo tem sido fenômeno de audiência”. Em outras palavras, o futebol se tornou ramo da indústria cultural de entretenimento, com dimensões globais nas últimas décadas, possibilitando cada vez mais intercâmbios de seleções, clubes, símbolos, capitais e atletas pelo mundo.

Assim sendo, reconhecemos estar a Copa do Mundo de Futebol vinculada ao futebol espetáculo. Isso viabiliza conceituar o futebol como fenômeno integrado à vida urbana dos sujeitos, agregador de grupos identitários, de torcedores da “metrópole”. E dentro dessa perspectiva, a cidade e o torcedor conectam-se por “uma magia” com o fim de celebrar o ritual quadrienal da nacionalidade.

Partidas de futebol, deslocamento das torcidas até o estádio e as suas manifestações futebolísticas são analisadas como metáfora da vida urbana sob a luz de Maffesoli (2014, p. 128), que recorre aos eventos esportivos para exemplificar o modo de vida nas atuais cidades do mundo. Segundo o autor, “as mensagens por computador, as redes sociais, as diversas solidariedades, os encontros esportivos e musicais são todos indícios de um *ethos* em formação. É isso que delimita esse novo espírito do tempo que podemos chamar de solidariedade”.

Nesta mesma linha de pensamento, Taryciane Santos (2004) redimensiona os estudos sobre cidade *versus* personagens urbanos, propondo ver a estes como atores importantes da cidade. Ou seja, no cenário da cidade estão os torcedores de futebol do megaevento, e, mais ainda, “Na sociedade tecnológica, a cidade torna-se local constante de deslocamentos por meio de seus múltiplos personagens urbanos, que imprimem uma nova forma de sentir e geram um novo padrão de sensibilidade de afetividade” (SANTOS, 2004, p. 2).

Pela observação do cotidiano de torcedores, somando-se ao quadro acima, percebemos que as pessoas, gostando ou não de futebol, assumem práticas torcedoras diferenciadas em período de Copa do Mundo. Como exemplo, temos a figura da dona de casa entrevistada, que nos disse não gostar de futebol, mas que o assiste de quatro em quatro anos, quando o Brasil entra em campo. Concebendo as torcidas como agrupamentos coletivos que promovem a sociabilidade, pareceu-nos pertinente analisar o torcedor e essa construção da identidade grupal, além de compreender e conhecer essas novas formas de sociabilidade, em suas práticas emergentes do fenômeno sociocultural “futebol”.

Assim sendo, deve-se o nosso interesse nesta pesquisa sobre torcedores em época de mundiais, sobretudo, a compreensão deste fenômeno sociocultural sob o viés das redes de sociabilidades e das paixões futebolísticas. Pela perspectiva de Maffesoli (2014), afirmamos que o futebol além de ser esporte é uma manifestação cultural, que não pode ser apreendida apenas sob seu aspecto racional, mas, fundamentalmente sobre a sua dimensão afetual, emotiva, dionisiaca² e do orgasmo, em que levamos em conta o prisma da emoção, da paixão futebolística e das práticas dos torcedores.

Em que pese essa importância sociocultural, ademais, o assunto “esporte” ainda é pouco explorado nos meios acadêmicos, sobretudo nos cursos de Comunicação Social, em que a temática é tratada de forma marginalizada. A maioria dos artigos sobre futebol é produzida em cursos de Educação Física e Ciências Sociais. Por outro lado, a comunicação como fenômeno cultural, bem como seus processos, interessa também aos Estudos Culturais, de forma que o futebol pode ser pensado como fenômeno midiático. Isto posto, pretende esta dissertação contribuir com as reflexões teóricas desenvolvidas a partir de temática mais presente no cotidiano, e que tem muito para oferecer como compreensão da sociedade brasileira.

Estudos de peso como os de Roberto DaMatta (1982) e Ronaldo Helal (1990) reforçam a compreensão da sociedade, via estudo do futebol, dado que esses autores têm contribuído significativamente para a temática em evidência. DaMatta (1982), em “Universo do Futebol: Esporte e Sociedade Brasileira”, por exemplo, afirma que o futebol praticado, vivido, discutido e teorizado no Brasil seria um modo específico, entre tantos outros, de apreender como a sociedade brasileira fala, apresenta-se, revela-se, deixando-se descobrir, portanto.

Em resumidas palavras, para o autor supracitado, o futebol seria uma forma da releitura da sociedade atual. Linha de pensamento compartilhada por Norbert Elias e Eric Dunning (1985), cujas críticas enfatizam a existência de relativo desprezo, quando se comparam estudos com esse teor a outros de outras áreas. Para ambos, em defesa, o desporto é um campo de considerável significado social.

2 Maffesoli (2005) usa a figura de Dionísio para simbolizar o novo paradigma da emergência de comunidades afetuais, em detrimento do individualismo. O hedonismo dionisiaco está ligado aos rituais, às paixões e às emoções coletivas, bem como ao gozo. O orgasmo se insere dentro deste contexto: em oposição a uma moral do ‘dever-ser’, ele [o orgasmo] remete a um imoralismo-ético que consolida o laço simbólico de toda sociedade.

E pode ser utilizado como uma espécie de “laboratório natural” para exploração de propriedades das relações sociais como, por exemplo, competição e cooperação, conflito e harmonia, que parecem ser, segundo a lógica e os valores correntes, alternativas que se excluem mutuamente, mas que neste contexto, no que se refere à estrutura intrínseca do desporto, possuem uma interdependência evidente e muito complexa.

Ronaldo Helal (1990), no livro “O que é Sociologia do Esporte”, define o futebol como fenômeno social que impregna profundamente a vida cotidiana do homem moderno. E que, ainda segundo o autor, sendo o futebol um expressivo fenômeno de massa torna-se grande fonte de estudo da identidade cultural do país, dada a riqueza de manifestações e dramatizações de nossos dilemas, nossas ambiguidades e paradoxos culturais. Diz Helal (1990) que estudar o futebol é ganhar uma compreensão sobre o Brasil, observando-se o cotidiano que contribui em muito para estudos sobre a sociedade brasileira.

Esses diálogos, realizados via Sociologia do Esporte, contribuíram para entendermos e conhecermos, mais a fundo, a figura do torcedor e sua adesão, suas paixões e derivações por algum time de futebol; além disso, a temática futebol é contemporânea sempre no Brasil e se intensifica como “esporte das multidões, como língua geral esportiva do século XX”, segundo Wisnisk (2008, p.88).

Com vistas a melhor problematizar e expor as nossas intenções, bem como chegarmos aos resultados pretendidos, foi esta dissertação organizada em três capítulos que conjugam elementos teóricos com a análise dos dados empíricos de maneira a melhor situar e discutir os caminhos e análises da pesquisa.

Assim, o primeiro capítulo, intitulado “Torcidas, rituais e paixão pelo futebol”, tange especificamente sobre o tema proposto, dedicado aos torcedores e à nossa intenção de saber mais sobre quem são esses sujeitos. Trata-se da teoria e da revisão de literatura, onde abordamos tópicos importantes para a confecção do constructo teórico que servirá de amparo a este trabalho, em seus aspectos conceituais, de definições e da partilha coletiva sobre “tribo”, tema proposto por Maffesoli (2014).

No segundo capítulo, “Contextos e caminhos: o fazer metodológico”, apresentamos a metodologia explorada, bem como seus instrumentos e as técnicas adotadas, a natureza da pesquisa, as fases exploratórias e descritivas, as principais fontes consultadas, o tratamento bibliográfico adotado e as atividades realizadas durante a pesquisa. Por se tratar de estudo em *Survey*, foram explicitados o campo do estudo e identificamos a população e os sujeitos para,

posteriormente, expor os procedimentos de coleta de dados, como também as técnicas de análise e a interpretação dos dados coletados.

“Análise dos dados: torcedores, seleção e espetáculo futebolístico”, o terceiro capítulo, configura a análise dos questionários e as devidas interpretações, em forma de síntese da cartografia ora elaborada sobre o torcedor cuiabano. Aqui delineamos os perfis sobre quem são esses torcedores que compõem a brasilidade cuiabana, e como eles constroem significados acerca de si mesmo.

E, na sequência, deixamos registradas as falas dos entrevistados, nossas análises, assim como as relações entre o que foi falado por eles e as nossas impressões, finalizando com algumas considerações, visando contribuir com a produção de conhecimento sobre essa figura central do espetáculo futebolístico que é o torcedor.

Apresentamos, por fim, as conclusões em que antevemos interpretações sempre abertas a novas construções e pesquisas, dadas a complexidade e amplitude da temática ora explorada. Através delas, sintetizamos os resultados alcançados pela pesquisa, colocando em diálogo os dados empíricos e as bases teóricas, ou seja, evidenciamos as respostas obtidas às questões aqui levantadas, tendo em vista os objetivos propostos. Seguiram-se, como desfecho, as referências, os apêndices e os anexos.

Antecipamos, assim, que tal diálogo se insere positivamente em futuras discussões, no âmbito acadêmico, sobre lazer, ato de torcer, elaboração de políticas públicas e torcedores. Obviamente, esperamos não esgotar as possibilidades de estudos sobre “torcida” como fenômeno. Pretendemos, ora sim, contribuir para com os Estudos de Cultura Contemporânea em que nos inserimos.

1 TORCIDAS, RITUAIS E PAIXÃO PELO FUTEBOL

Imagem 1 - Os torcedores durante a Copa do Mundo em Cuiabá



Torcedor cuiabano

Torcedor clubístico

Fonte: Arquivo pessoal do autor - 2014

Quando se ingressa em um estádio de futebol por ocasião de algum jogo importante, uma das primeiras sensações que perpassam corpos e mentes dos torcedores é o êxtase da comunhão proporcionada pelo espetáculo. Todavia, sente-se também temor e resignação diante da multidão confinada. A massa igualmente seduz e assusta; encanta pela sua beleza estética, tal qual um gigantesco mosaico, e atemoriza por sua grandiosidade e onipresença (TOLEDO, 2000, p. 128).

Com apenas olhar a contemporânea Cuiabá, capital de Mato Grosso, presenciamos o futebol como parte da vida urbana dos seus sujeitos, naquele período compreendido entre 13 e 24 de junho de 2014, ocasião em que a Cidade Verde, como é alcunhada, sediou a Copa do Mundo de Futebol de 2014. O cenário em si configura a antevisão desse êxtase, dessa beleza estética e da resignação que um torcedor sente ao assistir uma partida de futebol em estádio lotado, espetáculo do qual fala Toledo na epígrafe acima.

Em Cuiabá, durante os jogos do Mundial, bares, casas e arquibancadas da Arena Pantanal e do espaço festivo-cultural Fan Fest ficaram coloridos e vibrantes com a presença de torcedores, constituídos por cuiabanos, brasileiros de outras regiões e estrangeiros que, juntos, celebravam os jogos do Mundial. Considerando que, até então, Cuiabá não havia experimentado sediar e realizar grandes espetáculos futebolísticos como é a Copa do Mundo,

abrindo-se breve parêntesis para considerar as decepções e reclames a respeito das obras públicas prometidas e que se quedaram inacabadas, a capital mato-grossense realizou uma festa que se pode equiparar às últimas Copas do Mundo.

O público perfilado pelas diversas faixas etárias, entre crianças, jovens e idosos, formou a multidão de torcedores, seja dentro ou de fora do estádio, nos espaços públicos ou particulares. São todos eles os atores ocupantes do cenário, na figura de torcedores. E a eles é que está dedicado este capítulo que busca significar e conceituar a seu respeito, tendo-se por premissa a diferença entre torcedor e espectador. O primeiro é aquele que se envolve emocionalmente com o futebol. O segundo se faz apreciador do evento esportivo sem, contudo, envolver-se emocionalmente, como veremos a seguir.

1.1 Torcedor, espectador e as paixões clubísticas

Em 13 de junho de 2014, durante os jogos dos mundiais, para demarcar suas identidades muitos torcedores preferiram usar o uniforme de seu clube, em detrimento da camisa canarinho. Na Arena Pantanal, vimos, por exemplo, um torcedor trajando cores do Operário Futebol Clube Ltda.³, e trazia ele nas mãos uma bandeira do seu clube nacional favorito, Clube de Regatas do Flamengo. Nesse mesmo instante, em algum lugar da cidade, imaginamos o torcedor que prefere ver, pela televisão, a partida da Seleção Brasileira em casa.

Situações adversas representativas de algumas entre as diversas maneiras de torcer. Na primeira cena, o torcedor vai ao estádio com a camisa do seu time, e participa *in loco* do evento esportivo. Na segunda, temos a figura do espectador que acompanha as partidas de futebol pelo televisor (doravante TV). Em ambas, “torcedores” que nos insinuam ter algo em comum: o gosto pelo futebol e o fato de serem ou torcedores ou espectadores de algum time futebolístico.

Falar sobre o envolvimento de pessoas com o futebol requer considerar ambas as possibilidades, torcedor e/ou espectador nos âmbitos regional, nacional ou mundial. Tomamos por conceito de torcedor a definição expressa no Estatuto de Defesa do Torcedor Brasileiro (2003), sendo “toda pessoa que aprecie, apoie ou se associe a qualquer entidade de prática desportiva do país, e acompanhe a prática de determinada modalidade esportiva”.

³ É uma agremiação esportiva da cidade de Várzea, no estado de Mato Grosso, fundado a 1º de maio de 1949, denominado de Clube Esportivo Operário Várzea-Grandense (C.E.O.V.).

Por outro lado, encontramos no dicionário Aurélio várias acepções para o verbo **torcer**. Dois verbetes referem-se ao universo do futebol, sejam eles: “Simpatizar com o clube esportivo” e “Incentivar os jogadores de algum clube esportivo, gritando, gesticulando, etc.”. O verbo **torcer** é comumente usado para expressar sentimento de apreço e de desejo de boa sorte à equipe esportiva. Etimologicamente, **torcer** vem do latim *torqueo*, *torquere*, sinônimos de “torturar”, “atormentar” e “suportar”, cuja semântica, de alguma forma, liga-se à figura do torcedor.

Do rol de obras em que constam definições sobre “torcedor” podemos registrar também as valiosas contribuições de “Universo do futebol: esporte e sociedade brasileira”, uma rica coletânea de diversos autores renomados, entre eles, os professores DaMatta, Flores, Guedes e Voguel (1982); a obra tem merecido destaque pela atualidade que sustenta e pelo retrato do futebol nacional e suas interações sociais.

“A bola corre mais que os homens: Duas Copas, treze crônicas e três Ensaios sobre o futebol”, de autoria de DaMatta (2006), igualmente é privilegiada que traz textos sobre a cobertura da Copa do Mundo de 1994, e apresenta o futebol e sua relação com o povo brasileiro. Em ambas as obras, o autor aborda a figura do torcedor de futebol, como “[...] aquele ou aquela que torce, contorce e retorce seu corpo para que o seu time seja o vencedor. [...] Torcedor é quem chora, ri e urra dentro dos estádios” (DAMATTA, 2006, p. 160).

Em DaMatta (2006) temos a figura emblemática do torcedor apaixonado pelo futebol, que difere do espectador. Segundo o autor, o verbo torcer tem muitas camadas e dimensões. Por exemplo, no mero plano do lazer e da mídia, indica simpatia e empatia. Mas, no plano profundo de englobamento pelo time, exprime uma identidade absoluta e indiscutível. A diferença entre torcedor e fã é assim exemplificada por ele: o fã aplaude na vitória e na derrota, pois se trata de um jogo de futebol. Já o torcedor não pode aceitar a derrota e exige vitórias não só definitivas, como esmagadoras e totais.

Ainda em DaMatta (2006), o que conta para o fã é sair da rotina; para o torcedor, porém, o jogo da seleção é um caso de honra e brio na cara, e entre as nuances contrastantes temos que:

O torcedor se distingue do fã (a palavra vem do fanático, o que tem um zelo religioso ou político absoluto e exclusivo) porque ele vai além da admiração pelo time. O ‘fã’ se identifica com um time, mas o torcedor fica com e pelo seu time, misturando-se fisicamente aos jogadores, símbolos, gestos e trajetórias. O fã dedica-se a uma apreciação setorizada e sempre positiva. Já

o torcedor ao ‘torcer’ pelo seu time, torce imediatamente contra o outro. (DAMATTA, 2006, p. 114, grifo do autor).

Diferençar torcedor e fã, em DaMatta, é acolher que ser torcedor é mais do que apenas vincular-se a um clube. É participar ativamente da vida social, construindo uma identidade num nível mais amplo. Ou seja, nessa perspectiva o torcedor participa de uma comunidade clubística. Defende o autor, assim, que o futebol praticado no Brasil deve ser visto não só como um esporte (como uma atividade individualizada com conotações específicas), mas também como um jogo a serviço de todo outro conjunto de valores e relações sociais. Para o antropólogo DaMatta (1982), o futebol deve ser visto como “um fato social total”.

Merecem destaque, também, os estudos advindos de Luiz Henrique Toledo (2010), cujas diversas obras falam sobre a torcida organizada brasileira, em forma de ensaios e artigos, captando a dinâmica dos grupos futebolísticos, em que se destaca o conceito de que as torcidas organizadas possuem códigos, organizações específicas e emoções que são consumidos coletivamente.

Toledo é um entre os autores que mais dialoga conceitualmente com as definições de “torcedor” explicitadas em DaMatta (2006). Antropólogo social da Universidade de São Paulo (USP), Toledo (1996) pontua que os torcedores brasileiros, em geral, possuem determinadas práticas que, organizadas a partir da paixão pelo seu time de futebol, respondem a um determinado padrão de sociabilidade.

Segundo Toledo (1996, p. 97), autor de “Identidades e conflitos em campo: a guerra do Pacaembu” a condição de torcedor de futebol é mais uma entre tantos outros papéis desempenhados pelos indivíduos na sociedade, vinda do gosto pelo futebol, sobretudo daquele formado por times profissionais, e que constrói as identidades coletivas das torcidas, sejam elas brasileiras ou estrangeiras.

Tal inspiração “damattiana” também pode ser lida no ensaio “Torcer: a Metafísica do Homem Comum”, de Toledo (2010, p. 177), cujo tom mais poético versa que “o universo espetacular e especular do torcedor de futebol pode ser compreendido como uma espécie de prisma, por onde milhões de aficionados projetam e refratam infinitas frações de si mesmos uns sobre os outros”. Torcer, para Toledo (2010), é fustigar a esfera segura da individualidade e, nessa medida, seria como que experimentar extensões, torções e projeções do “eu” na esfera pública.

Tornar-se torcedor será como que “distribuir a pessoa” num universo integrado por outros milhares de indivíduos, coisas, objetos, seres cosmológicos, nas palavras do autor.

Todos arrebatados e articulados pela arte e artefato do futebol: camisetas dos times queridos, bolas, troféus, chaveiros e essa infinidade de souvenirs avidamente disponibilizados pela e para a vontade torcedora, expressa algo muito maior do que a mera compulsão consumista, pois há algo de nós nesses objetos, agenciados em nós, diz ele.

Torcer não é como portar o Registro Geral (RG), garantia de estabilidade do Eu ante as razões de Estado, pois o ato torcer faz parte de um universo de experimentações sujeitas às instabilidades de toda ordem. Está ou é o próprio fluxo da vida, afirma Toledo (2010). Mais ainda,

Somos mais fanáticos numa determinada época das nossas vidas, amortecemos a paixão em alguns momentos para voltarmos a nos apaixonar em outros, inventamos novas rivalidades, reavivamos e reivindicamos a emoção torcedora na chegada de um filho, escutamos, de torcedores nos estádios, geralmente após derrotas humilhantes ante archi-inimigos, que não voltarão mais a torcer, para tudo recomeçar novamente num outro instante, enfim, infinitas situações põem à prova a vontade torcedora, contorcendo a identidade (clubísticas, nacional) a todo instante (TOLEDO, 2010, p. 9).

Toledo (2015) pontua, ainda, que nesta multidão torcedora é possível observar uma intrincada rede de práticas e condutas tais como amizade, companheirismo, identidade, hierarquia, disputa, conflito, que transcendem aos usos da noção estereotipada e reificada daquilo que denomina comportamentos de massa, indo além da imediata identificação catártica com os times envolvidos.

Desta fortuna crítica participam, também, Hollanda, Malaia, Toledo e Mello (2012), teóricos de peso e autores da obra “A torcida brasileira”. Nesta, utilizam registros jornalísticos para discorrer sobre a figura do torcedor, num recorte diacrônico que vai do final da *Belle Époque*⁴ à Segunda Guerra Mundial.

A perspectiva histórica adotada na obra supracitada conta-nos que na passagem do século XIX para o século XX (MALAIA, 2012, p. 60), quando jornais e revistas cariocas e paulistas cobriram os eventos esportivos, várias expressões surgiram para se referir aos espectadores, entre elas *sportmen* e *sportwoman*. No entanto, somente nos anos 10 do século XX foi que se usou o termo “torcedor” de forma corrente pelos profissionais da imprensa e

⁴*Belle Époque* (expressão que significa *bela época*) foi período de cultura cosmopolita na história da Europa, que começou no fim do século XIX (1871), e durou até a eclosão da Primeira Guerra Mundial, em 1914. A expressão designa o clima intelectual e artístico do período, marcado por profundas transformações culturais que se traduziram em novos modos de pensar e viver o cotidiano.

cronistas esportivos ou literatos. Fato que transformou e caracterizou os torcedores como profícuo objeto de estudos.

Relata o autor Malaia (2012, p.60-61) que as primeiras caracterizações descrevem os torcedores, durante as partidas, como responsáveis pela agitação e, conseqüentemente, pelo incentivo ao seu time. A “algazarra” que se faz [ia] era uma das características destes peculiares espectadores. Outras características atribuídas aos torcedores foram: a inquietação e o comportamento considerado desviante, com ofensas aos seus adversários. Torcer, segundo o autor, está além do ato de acompanhar uma equipe e apoiá-la contra o adversário, pois o torcedor tem a certeza de que a sua ação interfere no resultado. Torcer é lutar ao lado do time.

“A Dança dos Deuses”, obra do historiador Hilário Franco Júnior (2007, p. 292) foi escolhida por trazer contribuição significativa e reflexiva sobre o torcedor. Nela, ao diferir-se de DaMatta (2006) e Toledo (2010), o autor Franco Júnior utiliza três verbos-ações chaves: Crer, Torcer e Distorcer para caracterizar o movimento do torcedor, resultando em que seguir determinado clube é acreditar, mesmo indo contra todas as evidências de que ele vai perder.

Como o futebol é o jogo de muitos erros (sessenta passes errados numa partida é algum comum no Brasil) e pouca pontuação (mais do que três gols em uma partida não é algo frequente), tem-se o torcedor em constante expectativa. Impotente na arquibancada, o adepto de um clube crê que a sua fé e seu estímulo possam colaborar para que seus ídolos levem a divindade comum à vitória (FRANCO JÚNIOR, 2007, p. 292).

Torcer é ato definido por este autor como sendo o ‘de manifestar adesão entusiasmada’. Contorcer-se, por outro lado, está ligado à acepção futebolística do hábito das moças simpatizantes do clube esportivo Fluminense, durante as partidas, contorcerem pequenas fitas roxas, semelhantes às usadas na cintura pelo goleiro do clube nos anos de 1914 a 1922, Marco Carneiro Mendonça.

Franco Júnior (2007) também desvirtua o significado ou a proporção real de algo, considerando-se que no mundo do futebol os fatos são interpretados segundo as emoções. “O torcer é sempre distorcer, e não apenas o presente, a partida que se tem diante dos olhos, no estádio ou na televisão. É adulterar o passado”. Ele exemplifica, ao lembrar aquele gol de desempate na final da Copa do Mundo de 1966, em que a bola entrou de acordo com os ingleses, e não entrou de acordo com os alemães.

Assim como nos primeiros séculos os cristãos exultavam com os fracassos das divindades pagãs, no futebol torcer é tão frequente quanto torcer a favor.

Em mais de 34% das vezes, aliás, a própria escolha de um clube ocorre por uma oposição ao clube de alguém efetivamente próximo, pai, irmão amigo. Torcer contra ou a favor é enorme dispêndio de energia psíquica, é ato de fé que consome o sujeito (FRANCO JÚNIOR, 2007, p. 293-294).

Reis (1998), outro autor selecionado pela riqueza de sua obra “Futebol e sociedade, as manifestações da torcida”, contribui muito à medida que analisou as manifestações dos espectadores e torcedores de futebol da Sociedade Esportiva Palmeiras de São Paulo, utilizando-se da teoria sócio-histórica buscada em “Processo Civilizatório”, de Elias e Dunning (1985).

Em seu estudo, Reis (1998) defende que o tipo de violência manifestada pelos espectadores-torcedores do Palmeiras, durante o Campeonato Brasileiro de 1996, foi violência simbólica. Em sua pesquisa de campo, observou a predominância da manifestação simbólica ou afetiva por parte dos torcedores, no estádio de futebol, durante o campeonato brasileiro de futebol de 1996, concluindo que as expressões mais utilizadas foram aquelas denominadas de baixo calão.

Nessa pesquisa sob a perspectiva da sociologia configuracional, Reis (1998) entrevista trinta e cinco espectadores-torcedores, que não pertenciam a nenhuma torcida organizada. Supôs a autora que a participação das mulheres nos estádios inibiria a violência simbólica e ampliaria a participação efetiva do sexo feminino em eventos esportivos.

Mas o que constatou foi que a violência simbólica não tem diminuído nem diminuirá, por ser socialmente aceita, por estar presente em outras situações do cotidiano do brasileiro, e satisfatória porque os torcedores se sentem aliviados, ao final da partida. Nesse sentido, argumenta a autora, mesmo sendo aceita e satisfatória é preciso implementar medidas de segurança que impeçam a transformação em violência real.

Violência afetiva ou simbólica é conceituada por Reis (1998) como aquela em que os indivíduos se manifestam com intuito de demonstrar seus sentimentos, observada nos estádios de futebol a partir dos gestos, e de algumas canções e hinos cantados por torcedores de futebol. Normalmente é emocional, satisfatória e agradável. Por outro lado, violência racional ou real é aquela em que os indivíduos, ou determinados grupos, têm a intenção premeditada ou não de gerar confrontos violentos, direcionadas a atingir um objetivo.

Outra conceituação, em Reis (1998, p. 6), situa-se em diferenciar torcedor de espectador, dizendo que:

[...] Espectador é todo indivíduo que assiste aos espetáculos esportivos. Enquanto que torcedor é o indivíduo que, além de ser espectador com preferência por algum clube, é torcedor dele, e que manifesta essa predileção no decorrer dos jogos [...]. Subdivide-se o torcedor em duas categorias: torcedor uniformizado e torcedor organizado. O torcedor uniformizado é aquele [...] que usa a camisa de sua equipe, demonstrando assim sua predileção por um time de futebol [já o torcedor organizado é aquele que] faz parte de uma facção torcedora, que tem uma estrutura organizacional independente do clube pelo qual torce.

Em contrapartida, segue a autora, espectadores de futebol raramente se manifestam com xingos, cantos e gestos, manifestando-se em determinados momentos do jogo, como por exemplo, no momento do gol. Já os torcedores exacerbam essas manifestações, durante quase todo o jogo, podendo ocorrer maior exaltação em seus comportamentos, em determinados momentos como, por exemplo, em boas jogadas, na iminência de um gol, em falta violenta de um jogador da equipe adversária contra a sua, em uma assinalação do árbitro ou de seus auxiliares contra a sua equipe.

Pode-se acrescentar a essas categorias o torcedor comum, representado pela pessoa que vai ao estádio torcer pelo time seu, cujo símbolo não é por ele usado; é apenas espectador, e neste sentido, argumenta Reis (1998) que selecionou em seus estudos o termo espectador pela grande frequência de uso nos meios de comunicação de massa.

Futebol enquanto prática esportiva, assim como suas torcidas, representa manifestações sociais de significativa relevância, animadas em sua maior parte por porção considerável de público jovem masculino. Nas análises de Reis (1998), o crescente número de torcedores é proporcional ao crescimento da quantidade de praticantes, destacando-se que o costume de assistir jogos de futebol em estádios data do final do século XIX na Inglaterra, primeiro país a praticar esse esporte de forma amadora e, também, profissional. O crescimento do número de espectadores foi concomitante ao aumento de praticantes. Por onde o futebol se disseminou, agregou consigo grande número de adeptos e espectadores (REIS, 1998, p.85).

“Janela de Vidro”, obra de Mauro Betti (1998), cuja perspectiva toma por base a hermenêutica de Paul Ricoeur e outras teorias sociológicas sobre o esporte, também destaca a figura do espectador ao afirmar que, atualmente, já não é possível referir-se ao esporte contemporâneo sem associá-lo ao meio de comunicação de massa.

Betti (1998) explana, ainda, a respeito do discurso televisivo sobre o esporte, trazendo conceitos sobre educação física e educação esporte, por exemplo. Sobre a relação entre

esporte e televisão, diz o autor que a mesma vem alterando, progressiva e rapidamente, a maneira como percebemos o esporte. Para este educador físico, professor da UNESP, o elemento chave nessa transformação tem sido a figura do espectador, “[...] indivíduo que está disposto a pagar para assistir a uma competição esportiva, e assim financiar o sistema comercial do esporte [...]”, diz ele.

Em sua obra, Betti (1998) relata que, historicamente, os primeiros torcedores surgiram na Inglaterra do século XIX, no bojo do processo social que viria originar a moderna forma do esporte. Eram apostadores das lutas de boxes e corridas de rua que se realizavam em Londres. Entretanto, somente no século seguinte foi substituída a figura do espectador-apostador pela do espectador-torcedor, fiel a uma das partidas presentes nos estádios e ginásios, como se lê em:

Foi a partir da década de 1960, com a proliferação das transmissões ao vivo de eventos esportivos, que se tornou proeminente nova figura na história do esporte: o telespectador. O esporte transformou-se num espetáculo modelado de forma a ser consumido por telespectadores que procuram entretenimento excitante, e é parte cada vez maior da indústria do lazer, sendo fator decisivo para isso o papel, desempenhado pela mídia, especialmente pela televisão (BETTI, 1998, p. 31)

Outro estudo, sobre as representações do torcedor de futebol na mídia esportiva impressa, foi realizado por David Cintra Sobrinho (2005) tendo-se por protagonista o torcedor. Alma do espetáculo ou público pagante? À luz dos estudos culturais, Cintra Sobrinho (2005) revela como o torcedor de futebol é apresentado pela mídia, enfatizando que há que se compreender, primeiramente, que há uma categorização de torcedores: torcedor simpatizante (espectador), fanático (organizada), torcedor do contra além do torcedor eventual (Copa do Mundo), objeto de estudo desta pesquisa. Enriquece a sua obra mencionando, ainda, pensamento de Panzeri (2005 apud CINTRA SOBRINHO, 2005, p. 145) sobre os modos de torcer, que se dividem entre os que veem e os que sentem, ou, entre os que “vão ver jogar” e aqueles que “vão ver ganhar”.

Os primeiros apenas apreciam (ou não) o espetáculo e, provavelmente, nutrem alguma simpatia, ainda que momentânea, por uma das equipes. Esses, os que veem, não seriam “torcedor de futebol”, mas, apenas *simpatizantes* e, tão logo o espetáculo termine, é capaz de se esquecer da vitória ou da derrota que acabou de presenciar; e sua análise se resumiria a ter apreciado ou não o espetáculo oferecido, o que não o impediria de ter aplaudido ou desaprovado com alguma intensidade detalhes do jogo.

Na segunda categoria estão os que vão ao estádio para “ver ganhar”. No Brasil, genericamente, são conhecidos por *fanáticos*. A eles não lhes importa a qualidade do espetáculo, mas sim o resultado. O time para o qual torcem pode jogar muito mal, porém, se ganhar, basta. Do contrário, sofrerão, poderão ficar muitos dias amargurados em consequência da derrota, posto que eles sentem em suas mentes não ser apenas a equipe que perdeu, mas eles mesmos.

O torcedor eventual, que nos interessa nesta dissertação, segundo Cintra Sobrinho (2005), só aparece quando seu time disputa o título de alguma competição, ou quando torce pela seleção do país, durante a Copa do Mundo. Definição que mais se aproxima ao significado do termo *torcere* que aplicamos nesta pesquisa. A última categoria apontada pelo autor é o torcedor do contra, que não tem um time de preferência, mas sim um que odeia, de maneira que nem sempre o alvo de tal aversão é o clube, mas sim seus torcedores.

Por meio desses estudos pudemos chegar à definição de *soccer fans* como aquele torcedor de copa; são torcidas maiores, para grandes jogos, como a Copa do Mundo, cujos integrantes usam enfeites e outros acessórios e não são violetas, como ocorre na Torcida Organizada (TO).

Discorrendo sobre o torcedor de Copa, Martin Chistoph Curi Spörl (2012), em sua dissertação intitulada “Espaço da Emoção: arquitetura futebolística, torcida e segurança”, traz uma contribuição significativa através do conceito de torcedor flexível. Seria este bipartido, ou seja, existe a figura de dois torcedores, um orientado para o consumo e outro para emoção. Geralmente, diz o autor, muitos dos torcedores preferem uma entre as duas tendências, mas dificilmente assume única posição. Ou seja, a maioria se encontra em algum lugar entre os dois polos de torcedores, emocionais e confortáveis. Entretanto, alguns até mudam conscientemente entre essas duas posições e podem ser chamados de torcedores flexíveis.

Posição única ou flexível, o estudioso Spörl (2012), diz que há motivos gerais que levariam o torcedor ao estádio, entre os quais estão aqueles estéticos, de estimulação e de pertencimento. Por motivo estético, o estímulo viria, em, de vários elementos futebolísticos que podem ser percebidos como bonitos, por exemplo, dribles individuais, passes exatos, mas também a construção de uma jogada e esquemas táticos. Espectadores que querem apreciar esses elementos do esporte precisam de uma boa visão para observar os acontecimentos. Eles consomem o esporte como espetáculo teatral ou de ópera.

Buscar emoções, excitações ou tensões forma parte das ações e sentimentos de torcedores estudados por Elias e Dunning (1985) ao afirmar que vão ao estádio por

estimulação, dado que os seres humanos percebem como prazerosa a criação artificial de tensões, necessidade que existe porque a vida moderna seria muito sedentária e, por isso, pobre em estímulos. Os eventos esportivos seriam, então, ocasião para deixar escapar como válvula, as tensões e as agressões acumuladas na vida profissional, fato que se dá em oposição ao tempo laboral e faz do esporte um meio de lazer, diversão ou recreação.

Ir ao estádio por pertencimento seria a busca de identidade grupal. Os atletas dos times e clubes representariam esses grupos, e a ida do espectador aos eventos esportivos é parte de um ritual de pertencimento. Teoria fundamental que explica por que as pessoas vão ao estádio neste contemporâneo tempo imagético de televisão. Os acontecimentos no campo se fazem secundários e a comunidade representada é a prioridade.

Outra tese defendida por Elias e Dunning (1985) é que um estádio de futebol tem a especificidade de possuir, na verdade, dois palcos: o campo e as tribunas. A tribuna é entendida como todo espaço para os espectadores, ou seja, incluindo não só a tribuna de honra, mas também as arquibancadas e as cadeiras gerais. Os torcedores criam seu próprio espetáculo, de autoencenação, transformando as tribunas num segundo palco. Então, há pessoas que dão preferência ao palco tribuna, ou seja, o espetáculo das torcidas, e outros ao palco campo, ou seja, o espetáculo dos times, como se observa em:

Os torcedores que colocam a categoria nativa ‘emoção’ no centro da experiência dos jogos são pessoas que se conectam com o time através da comunidade torcedora que está nas tribunas, ou seja, são eles que preferem o palco à tribuna. Por outro lado, os torcedores que informam colocar a categoria nativa ‘conforto’ no centro da sua experiência dos jogos, são pessoas que se conectam com a comunidade torcedora através do time que está no campo, ou seja, são eles que preferem o palco do campo (SPÖRL, 2012, p. 172, grifo do autor).

Para Spörl (2012), constituem-se desse modo duas categorias de análise: o torcedor emocional e o torcedor confortável. São tipos ideais que estruturam o campo dos torcedores, e entre os quais há muitas combinações possíveis que podem ser chamadas, por exemplo, de torcedores flexíveis.

Culminamos esta fortuna sobre as práticas torcedoras com a obra “Dom Profissão – A formação futebolística no Brasil e na França”, de Damo (2007), cujo teor trata sobre a paixão dos torcedores pelos clubes ditos do coração. Pesquisa etnográfica realizada junto ao Grêmio Foot-Ball Porto Alegre e aos seus torcedores, com temática acerca do pertencimento clubístico.

Para Damo (2007, p. 12), ao torcer, o sujeito desenvolve o sentimento de pertencimento, ou seja, que pertencer ao clube significa ser leal a ele. Sendo assim, a ação de torcer tem conotações de pertencer “o que significa, literalmente, fazer parte, tomar partido, assumir certos riscos e vivenciar excitações agradáveis ou frustrações”.

Faz-se relevante destacar importante marcação para a qual este autor chama-nos a atenção. Ao se falar sobre pertencimento clubístico, não se está referindo a qualquer indivíduo que manifeste alguma preferência ou qualquer simpatia por um clube de futebol, segundo o autor. Os torcedores, nos termos aqui discutidos, são aquelas pessoas que se engajam emocionalmente em torno de um time de futebol, aqueles que fazem “[...] investimentos emocionais em torno das disputas futebolísticas” (DAMO, 2007, p. 49).

“Pertencimento clubístico” é neologismo criado por Damo (2007, p. 52) para caracterizar o vínculo identitário ao futebol espetáculo, uma herança cultural:

O pertencimento é herdado de (avô, pai, irmão, tio, primo, etc.), ou de amigos tão próximos que, do ponto de vista afetivo, são significados como parte da família – razão pela qual os clubes são “do coração”, dizem os torcedores, e os dísticos fixados às camisetas de modo que possam ser ostentados do lado esquerdo do peito, *topos* corporal das emoções. Aquele que herda um pertencimento, à maneira de uma máscara, passa a compor uma dada comunidade afetiva que tem como referência um clube.

Em Damo (1998) os torcedores seriam, portanto, segmento de público militante, não necessariamente pela frequência aos estádios, tampouco pelos vínculos a grupos organizados, mas pelo engajamento emocional. Ainda que torcer e pertencer possam ser sinônimos, não são iguais, diz o autor. Torcer acolhe adesões duradouras tanto quanto eventuais. Pertencer denota envolvimento intenso, equivalente ao que os brasileiros alcunham de “torcedor fanático”, “doente”, “cego”, entre outras denominações.

Conjuntamente, o clubismo é capaz de impulsionar a emergência de comunidades imaginárias de pertencimento, os totens, signos de um sistema propulsor de identidade, que possibilita a aglutinação de torcedores em torno deles. Os totens são, neste caso, os diversos clubes de futebol para os quais os torcedores direcionam suas atenções. Ao engajar-se, o torcedor passa a pertencer a uma comunidade imaginada, mas, muito além, ele passa a pertencer a um sistema integrado de comunidades afetivas: o clubismo.

Como sistema simbólico, classifica e hierarquiza os clubes e é capaz de dotar de sentidos as inter-relações entre os clubes, atribuindo significado ao futebol de forma mais ampla. Tem-se, aí, a trama social composta por elementos de ordem econômica, social,

cultural e, como não poderia deixar de ser, por valores e identidades locais, regionais e nacionais (DAMO, 2007, p. 66).

Inferimos, então, que as copas incorporam a lógica do clubismo, ressignificando alguns sentidos. Damo (2007) argumenta que elas operam como sistema híbrido de referências simbólicas, entre o interesse estético, voltado para as técnicas corporais, e o interesse motivado, centrado na equipe que representa a nação (e não mais o clube). Ou seja, o pertencimento clubístico faz-se também no período de Copas do Mundo, ou seja, o sentimento de pertença é um dos ingredientes principais dos espetáculos futebolísticos.

Essas pequenas sutilezas passam despercebidas ao observador que não nota a mudança no perfil do público interessado em futebol em períodos de copas do mundo, no qual se enfrentam equipes representando Estados Nacionalistas, em que o interesse pela equipe é a partir dos sentimentos nacionalistas. Trata-se de um público distinto do clubismo convencional, ao qual correspondem modos de expressão igualmente diferenciada, sendo o público que torce pelo Brasil acrescido por mulheres e crianças (DAMO, 2007, p. 52).

As sensibilidades e os juízos estéticos engajados podem variar em intensidade e forma, segundo Damo (2007). Mas não serão jamais neutros, mesmo quando se passa do pertencimento clubístico ao pertencimento nacional, nos casos de enfrentamento entre equipes representando Estados-nações.

Entre definições e leituras realizadas neste capítulo, vemos como central a figura dos torcedores e espectadores no contexto futebolístico, por trazerem alegria, colorido, musicalidade e emoção à festa. Importância explicitada principalmente quando o time faz o gol e a torcida faz a festa. “[...] há poucos prazeres comparáveis como ao de pular e gritar, com a multidão, comemorando a um gol que passa a ser de todos, por direito de contiguidade emocional” (PRADO, 1994, p. 22). Assim, torcedores de Copa do Mundo e espectadores dão brilho ao evento e promovem a interação com pessoas de outros países, típico da globalização ou da cultura mundializada.

1.2 Tribos, totens, clãs e as torcidas

O que leva as pessoas às aglomerações em estádios de futebol? Maffesoli (2014, p. 137) narra que o surgimento dos fenômenos grupais pode ser caracterizado pela fluidez, pelos ajuntamentos pontuais e pela dispersão, sendo as torcidas constituídas de forma organizada ou

ocasional. A partir das experiências coletivas entre os sujeitos sociais, segundo o autor, podemos historicizar sobre o nascimento dos grupos e de suas socialidades, dado que tais experiências constituem uma entre as principais características das sociedades contemporâneas.

Disso se pode assentir que a identidade fixa e completa torna-se uma fantasia, que dá lugar às possibilidades de identidades possíveis – ainda que temporárias –, estimuladas pelos sistemas de significação e representação cultural. Para Maffesoli (2014), cada pessoa assume para si várias *personas*, “máscaras”, que são usadas conforme a situação de interação com seus pares, o que pode ser considerado como uma crise das identidades.

O convívio em grupos abre espaço à “representação” discutida por Erving Goffman (2013) em “A representação do eu na vida cotidiana”. Teoria social que se acerca à representação teatral de forma comparativa, vendo a convivência social como encenação cujo maior objetivo é regular a conduta de nossa “plateia” ao nos colocarmos na posição de “atores”.

Em contexto sociointeracional, diz Maffesoli (2014), os atores sociais vestem “máscaras” que variam de acordo com o ambiente e a situação em que se encontra. E, por mais que variem tais personificações, atuam no sentido de convencer o público, servindo para uma representação de acordo com o grupo em que o ator se insere. Somos, assim, constituídos de várias faces que revelam quem realmente somos e que constituem nossas identidades.

Transplantando a teoria de Goffman (2013), temos o futebol inserido no cenário urbano, surgido de condições históricas que marcaram o fim do século XIX e início do século XX, contemplando as diversas classes sociais. Por atores temos as figuras dos torcedores, espectadores e simpatizantes com seus diversos figurinos grupais, as camisas dos times, e que constroem para si e para o grupo nova forma de sociabilidade indenitária.

Tanto em Michel Maffesoli (2014) como em Hilário Franco Júnior (2007), as torcidas organizadas são tipos míticos ligados por um totem, com função agregadora e vínculo emocional, sendo que junto ao primeiro autor temos que a expressão tribo urbana estabelece analogia entre os integrantes de tribos e os torcedores de futebol que frequentam os estádios. *Tribalismo*, então, é entendido como característica cultural que reúne os indivíduos de grupos de identificação em torno de totens contemporâneos, como as festas, a religião e o futebol. Os torcedores se agrupam, compartilhando sentimentos de pertencimento, emoções e outras sensações e reações proporcionadas pelo desempenho de seu time.

Ainda segundo o autor, *neotribo* é o vaivém constante estabelecido entre a massificação crescente e o desenvolvimento dos microgrupos, cujo vetor principal de análises e das relações neotribalistas são os rituais, as imagens, os gestos, os ruídos e os espaços. É neste contexto que o conceito de neotribalismo é usado para falar da torcida e dos agrupamentos afetivos relatados por Maffesoli (2014).

Tribo urbana é definição que nos permite estabelecer analogia entre os integrantes das tribos e os torcedores de futebol que frequentam os estádios. Semelhantemente, os torcedores se juntam e compartilham o sentimento de pertencimento e supremacia, de suas emoções e de outras sensações proporcionadas pelo desempenho de seu time. Pode-se dizer que os mesmos estão na constante busca por vivências intensas e sensações singulares presentes nos estádios.

Errantes na maneira de agir. “Errância”, em Maffesoli (2014), é o torcedor que experimenta uma sucessão de experiências festivas e/ou trágicas, através de instantes de emoções fortes, que só fazendo parte de uma torcida para descrevê-las.

Esse “estar junto no futebol”, como torcida, serve, assim, como pano de fundo à construção da socialidade na pós-modernidade. Nesta atualidade, segundo Maffesoli (2014), o contato afetual, os fenômenos emocionais e a dominância imagética confluem nos grupos, que se ajuntam numa comunidade emocional e adotam costumes, linguagens, gestos, vestimentas semelhantes e marcam seus movimentos pelos locais onde vão passando. É um vaivém constante que se estabelece entre a massificação crescente da atividade e o desenvolvimento dos micro-grupos, isto que o autor denomina “tribos”.

A sociabilidade, para Maffesoli (2014), é a relação interativa que estabelecemos com o outro, que neste cenário contemporâneo predomina mais em sua dimensão afetiva e sensível que na relação racional, até porque “de um lado está o social, que tem uma consistência própria, uma estratégia e uma finalidade”. Socialidade ou comunidade cuja metáfora da tribo dá conta do processo de desindividualização, da saturação da função que lhe é inerente, e da valorização do papel que cada pessoa (persona) é chamada a representar dentro dela.

Assim, o caráter individualista adquirido pela identidade nos princípios da Modernidade entra em declínio nos finais do século XX, pois “[...] enquanto a lógica individualista se apoia numa identidade separada e fechada sobre si mesma, a pessoa (persona) só existe na relação com o outro” (MAFFESOLI, 2014, p. 15).

Trata-se de novo vínculo social (*ethos*) a partir da emoção compartilhada, ou de um sentimento coletivo. De acordo com Maffesoli (2014), o que melhor caracteriza a pós-modernidade é o vínculo entre a ética (o laço coletivo) e a estética (o sentir comum). Não se

trata de uma frivolidade da boemia artística, mas seria importante descobrir nessa coletivização de sentimentos o que pode vir a ser um dos fatores essenciais da vida social, que está em via de renascer nas sociedades contemporâneas. A efervescência grupal que dá origem à civilização que ora conhecemos.

Nesse sentido, a multiplicidade do eu e ambiência comunitária formadoras do “paradigma do estético”, no sentido de vivenciar ou de sentir em comum, é o que caracteriza a transformação de mundo. Lembremos, com isto, que o costume, como expressão de sensibilidade coletiva, *stricto sensu*, permite um êxtase no cotidiano, uma boa maneira de caracterizar a cotidianidade dos grupos contemporâneos.

A partir do sentido atribuído pelo autor à expressão “tribo urbana”, podemos estabelecer uma espécie de analogia entre os integrantes dessas tribos e os torcedores de futebol que frequentam os espaços esportivos, que se associam, se agrupam para compartilhar sentimento de pertencimento, emoções e outras sensações proporcionadas pela performance de seu time. A ideia de comunidade emocional aglutina parcialmente o prazer estético e pessoal dos indivíduos, que participam de uma torcida organizada de futebol, posto existir entre os mesmos certa unidade, dada pela relação afetiva compartilhada.

Maffesoli (2014) explicita que essa forte carga emocional ou vitalidade afetiva, derivada do grupo age como potência social, tem uma centralidade subterrânea que possibilita que o grupo se afirme como tal. Neste processo, de troca entre indivíduos e grupo, a estética torna-se elemento estruturante no processo de construção de identidades (individuais e coletivas).

Disso resulta o sujeito coletivo, “perdido no outro”, que se constitui a partir do próximo, constituinte daquilo que o autor denomina neotribalismo, grupalismo ou grupismo, evoluído das formas antigas de tribalização da Idade Média. Sua principal marca é o “viver o momento coletivo” e a efemeridade das relações instantâneas e frágeis, mas com forte envolvimento emocional dada a proximidade entre indivíduos que partilham mesmo território, mesma comunidade ou mesmo bairro.

Ditas ações coletivas são encontradas nos estudos de Franco Júnior (2007) sob a denominação de “clãs”. Diferenciando-se de Maffesoli (2014), ao preterir da terminologia “tribo” e adotar “clã”, nomeia o primeiro como grupo étnico com caráter territorial – algo inaplicável às torcidas de futebol -, segundo Franco Júnior (2007), dado que viabiliza a perspectiva em que os torcedores advêm de diferentes origens espalhadas por vários espaços sociais.

Entretanto, o “clã” configuraria a descendência de ancestral comum, mais místico do que histórico, vívido na memória coletiva através de pinturas corporais, cantos, gritos e danças guerreiras.

Para o historiador Franco Júnior (2007), todo clube de futebol tem origem concreta, mais ou menos documentada e, com o tempo, tende a ganhar ares de lenda, que prevalece no conhecimento do torcedor comum, a partir de seus dados históricos.

É nessa lenda, enriquecidos por feitos esportivos transformados em lendas, que todos os membros dos clãs orgulhosamente se reconhecem. O clã tem base territorial, mas quando precisa mudar de espaço (jogar em outro estádio) não se descaracteriza. Em qualquer lugar, os membros dos clãs se reconhecem, dizia o grande antropólogo Marcel Mauss, pelo nome, brasão e totem (FRANCO JÚNIOR, 2007, p. 215).

Segundo essa perspectiva, o elemento “nome” é fundamental na vida social, já que o nome do clã identifica os indivíduos, e permite alguns comportamentos entre os que fazem parte dele. O nome de todo clube, como de todo clã, pretende em si mesmo ser significativo em relação aos outros, como maneira de justificar a razão de adesão a eles, seja por continentes, bairros, regiões etc.

Em segundo, o elemento brasão serve para que cada clube construa a imagem que deseja passar às outras comunidades. E o totem, terceiro elemento, indica o objeto que serve de identificador de pertencimento à comunidade e, ao mesmo tempo, de cimentador dessa identidade coletiva.

A imagem de um clube de futebol é um objeto de alto valor emocional compartilhado por seus seguidores – que chamam a camisa com as cores de “manto sagrado”-, signo sistêmico que compõe uma sociedade totêmica. O clube de futebol, tal qual o animal totêmico, associa-se por diferentes mecanismos seja por iniciativa da própria instituição, outras vezes por iniciativa da torcida, noutras, ainda, pela torcida adversária, baseando-se em dados concretos ou imaginários.

Dadas as diferenciações conceituais entre clã, em Franco Júnior, e tribo, em Maffesoli (2014), nesta pesquisa acolhemos as acepções deste último, que o vê como “[...] trágico festivo, trágico da intensidade dos papéis que atuamos em um momento dado [...]” (MAFFESOLI, 2014, p. 114), e em que a torcida é tomada por essa marca dionisíaca, festiva, orgiástica e prazerosa.

E, dentro da tribo, fato é que existem rituais. Francisco Xavier Freire Rodrigues (2015a, p.51) relaciona as práticas torcedoras aos rituais religiosos ou ao cultivo de um time, ou totem, dado que torcer por um time é pertencer a uma comunidade mais ampla, compartilhar símbolos e sentimentos, e alimentar vínculo comum. Agregando teorias, concebemos as torcidas dentro de uma relação tribal.

Dos rituais fazem parte a estética das cores do time, o ritual das danças e coreografias, o “estar” torcedor, os cânticos, a situação da atividade que envolve a preparação (física e mental) o reunir-se com o grupo de interesse – ou ‘tribo’ – antes de sair de casa rumo ao estádio, as interações antes, durante e depois do jogo nas arquibancadas e, finalmente, a volta para casa que englobam sentimento e comportamento de tribo.

Presenciar uma partida de jogo é experiência singular, e todo o conforto do lar é incapaz de promover essa emoção do compartilhamento interpessoal pelo time, sendo que “todos os prazeres são prazeres de multidão ou de grupo”, segundo Maffesoli (2014). E não se pode compreender essa estranha compulsão de amontoar-se, a não ser que se tenha em mente essa constante antropológica (MAFFESOLI, 2014, p. 134). Em síntese: quando o torcedor se mistura à grande coletividade, reunida no estádio, sua individualidade é suspensa provisoriamente, juntando-se à massa de torcedores pela agremiação ou pela seleção nacional.

1.3 Copa do Mundo, espetáculo, mídia e esporte

Copa do Mundo de Futebol configura-se como um dos maiores espetáculos futebolísticos midiáticos e esportivos deste planeta. Seu aspecto esportivo é representativo por ser tratar de uma competição, e midiático por abranger a intensa agenda comunicativa (exploração comercial e publicitária do evento), portanto, sendo produto midiático e cultural.

O futebol, dada a globalização e a hibridação que o transforma em espetáculo ou em produto de consumo da pós-modernidade, predomina também em sua organização monopolizadora, globalizada e centralizada, através da Federação Internacional de Futebol (doravante FIFA).

De acordo Damo (2007, p. 57):

É a FIFA que (e suas afiliadas, Confederações e, abaixo delas, as Federações Nacionais, como a do Brasil) organiza eventos - campeonatos, torneios, copas e etc. -, estabelecendo normas às relações entre os clubes, controlando o mercado de obras e de imagens, duas das principais fontes de receitas desse futebol midiático.

Capitalismo globalizado e midiaticizado que remete à representação do futebol como espetáculo. Futebol para as massas, segundo Galeano (2008) e futebol mercadoria, para Alabarces (2008), sendo primordial alimento da indústria cultural por reunir três condições fundamentais: história, epicidade e dramaticidade. Nesse cenário, ainda em Alabarces (2008), a nação é descrita como repertório de consumo em detrimento de conjunto de estruturas e determinação, o que conecta o conceito de futebolização ao comportamento consumista do torcedor brasileiro.

Retomando a questão do Mundial, entendemos que a Copa do Mundo permite exaltar a nacionalidade brasileira tão fragilmente construída, ou seja, é um momento para celebrar o patriotismo, com um sentimento popular de pertencimento fortalecido.

Para Gastaldo (2002), o interesse dos brasileiros pelo futebol da Copa, com a seleção brasileira em campo, é catalisado numa dimensão nacional em que “[...] os participantes não são meros times de futebol, mas “seleções nacionais”, uma espécie de encarnação simbólica, de cada nação simbólica do evento”.

Ainda, muito mais do que um torneio de futebol, ela é a chance de se colocar a própria nação em perspectiva comparada com o resto do mundo. “Pelo menos no Brasil, a Copa é considerada o apogeu do mundo dos esportes, sendo-lhe dada mais importância social do que para as Olimpíadas; afinal de contas, quem vence a Copa é, incontestavelmente, o melhor do mundo”.

Na Copa, cada enfrentamento pode ser visto como um bem cultural que não difere, sob muitos aspectos, de outros bens associados ao campo de lazer e entretenimento como cinema, teatro e musicais, afirma Arlei Damo (2009). Desta forma, a Copa pode ser entendida como uma dimensão simbólica que se desenvolveu no *ethos* capitalista, porque além de ser evento que gera lucro para os organizadores, o Mundial também traz a simbologia do ser brasileiro.

Considerado como um ritual quadrianual, conforme assinala Simoni Guedes (2002, p.163-172), “[...] as Copas do Mundo constituem-se, para os brasileiros, verdadeiros rituais nacionais, ocasiões em que se celebra a brasilidade, construção simbólica da unidade nacional, suspendendo-se, de certo modo, as diferenças e desigualdades que permeiam a estrutura social”.

Bitencourt (2009), no “Esboço sobre algumas implicações do Futebol e da Copa do Mundo para o Brasil: Identidade e Ritos de Autoridade”, também adverte que Copa não é um simples jogo, pois não tendo um fim em si mesmo, dela participa um jogo de identidades,

pondo em questão a brasilidade e a sua relação com o mundo. Para o autor, é tomado como um ritual, e por isso a Copa do Mundo realiza com êxito a tarefa cíclica de recontar nossas histórias, através das narrativas míticas e performances adstritas, cuja origem estaria fora do alcance de nossa humanidade espaço-temporal.

A interdição do tempo nada mais faz do que possibilitar que a igualdade de chances e de competição, na perspectiva ocidental, bem como a nossa diversa brasilidade sejam revividas, atualizadas e confirmadas. Participar da Copa do Mundo é acreditar em nossos mitos, é fazê-los viver. Representa a nação e traz toda uma discussão do ser brasileiro, reafirmando nossos valores. Ainda em Bitencourt (2009), nesse jogo cujo rendimento produz o orgulho nacional e o sentimento de pertença, e a derrota amarga revanche pela expulsão dos nossos, os brasileiros pensam-se como povo e raça representativa da nação.

No Brasil e em outros países, a Copa do Mundo é tida como principal produto do espetáculo midiático esportivo, o que possibilita a correlação com a mídia, de maneira que “futebol e comunicação cruzam um mesmo território”, ou seja, não existe futebol sem comunicação e sem mídia para divulgar e “vender” o esporte, afirma Gastaldo (2002, p. 11). Segundo ele, futebol e comunicação unem-se e viabilizam “vender” o esporte. Graças à mídia, o futebol faz-se conhecido e admirado no mundo todo.

Ianni (2014), ao ponderar sobre a mídia, diz que esta forma e conforma ou influencia decisivamente as mentes e os corações da grande maioria de pessoa em todo o mundo. E sua construção é movimento que se repica desde as tribos, crescendo como nações e nacionalidades, ou, como continentes, ilhas e arquipélagos.

O mundo se povoa de imagens, mensagens, colagens, montagens, bricolagens, simulacros e virtualidades. Representam e elidem a realidade, vivência e experiência. As imagens substituem as palavras, ao mesmo tempo em que as palavras revelam-se principalmente como imagens, signos, plásticos de virtualidades e simulacros produzidos pela eletrônica (IANNI, 2014, p. 27).

Rituais lucrativos que, para Kellner (2001), através da mídia promove espetáculos tecnológicos cada vez mais sofisticados, atendendo às expectativas do público, e aumentando seu poder de lucro. Tais rituais, diz o autor, celebram os mais profundos valores da sociedade, como por exemplo, competição, vitória, sucesso e dinheiro, havendo-se iniciado a partir do entretenimento popular com suas raízes no espetáculo e, hoje, vincula-se à mídia, que se utiliza de fatos como guerra, religião e esporte para a propagação do espetáculo.

Por outro lado, a comunicação, disciplina que se caracteriza pela interdisciplinaridade, ainda não voltou os seus olhos para o esporte, afirma o sociólogo brasileiro Helal (1998, p. 02), em que pesem as evidências do processo de "mediatização" deste fenômeno. Segundo ele, a Teoria de Comunicação em sua vocação interdisciplinar pode e deve se apropriar do fenômeno esportivo na nossa cultura, não somente para nos ajudar a compreendê-lo melhor, mas também para enriquecer o campo teórico da própria disciplina.

[...] Esporte deve ser entendido como um ritual que proporciona sentido à coletividade. O esporte pode ser então visto como uma metalinguagem, uma linguagem que fala sobre outra - no caso, a linguagem esportiva falando sobre a própria sociedade. Nesta perspectiva, uma "Comunicação do Esporte" - um estudo do esporte como um sistema de comunicação ou como um fenômeno "mediatizado" - é mais do que necessária. A "mediatização" do esporte é um fato presente e irreversível. Estudar este processo é ganhar uma compreensão maior da sociedade moderna e de seus hábitos culturais (HELAL, 1998, p. 11).

Então, podemos pensar o futebol como espetáculo e como produto cultural do povo, dado que é um esporte de *mass media*, ou seja, aliado à mídia atinge a todas as classes, e facilmente se encaixa como produto da Indústria Cultural. E penetra a intimidade das pessoas, estrutura os instintos e orienta as emoções por ser símbolo cultural repleto de normas, mitos e imagens, segundo Edgar Morin (1997, p. 15). Nesta perspectiva, então, pode-se pensar o futebol como espetáculo e produto da cultura de massa.

Das curiosidades sobre esse espetáculo, podemos dizer que a Copa do Mundo é torneio realizado pela FIFA, entidade com sede na Suíça e fundada em 1904, composta por 209 federações nacionais, sendo considerada a instituição mais representativa do futebol em nível mundial, organizadora também de associações de modalidades de futebol, de areia e futsal. Foram até aqui 20 edições, e a disputa ocorre de quatro em quatro anos, tendo-se a última edição realizada no Brasil em 2014 e a primeira aconteceu em 1950 no Rio de Janeiro, no Maracanã – maior estádio do mundo. Mais, nosso país é o único que disputou todos os torneios e tem a Seleção de Futebol com maior número de títulos obtidos.

Em 2014, doze foram as cidades-sede da Copa do Mundo no Brasil, e todas elas passaram por alterações na sua paisagem com obras de infraestrutura, cuja monta de mais de R\$ 25 bilhões foi usada como investimento em aeroportos, estádios e novos sistemas de transportes, tudo para adequar a infraestrutura das capitais à recepção dos milhares de turistas que vieram ao evento.

As origens do evento datam de 1927, quando a Áustria, Húngria, Itália, Suíça e Tchecoslováquia organizaram a Copa Internacional, com o objetivo de reunir as nações em competições internacionais. E desta forma, para não perder o controle sobre o futebol e suas organizações, a FIFA decidiu criar a primeira Copa de Futebol do Mundo.

A primeira edição aconteceu em 1930, no Uruguai. Esse período histórico é contextualizado por Franco Júnior (2007, p. 47) ao comentar que “[...] o progresso do futebol e dos meios de comunicação aumentava o interesse por partidas internacionais, cuja organização foi uma das maiores motivações para a fundação FIFA”.

2 CONTEXTOS E CAMINHOS: O FAZER METODOLÓGICO

Tais teorias, acima explicitadas, concatenam-se e constroem a base de conhecimento que se soma ao conjunto de procedimentos metodológicos aqui utilizados, com vistas a alcançar os objetivos propostos. Dessa maneira, todo este capítulo está reservado para esmiuçar os critérios investigativos adotados, o método, a abordagem, bem como o *lócus*, os sujeitos, os instrumentos de coleta de dados, e a análise e interpretação dos resultados. Assim sendo, o relato dos procedimentos metodológicos nos permite balizar construções teóricas e conceitos elucidativos do objeto/problema investigado, permitindo-nos realizar movimentos de apropriação e diálogos com autores.

Neste sentido, trazemos a contribuição de Gil (2014) que define método científico como um conjunto de procedimentos intelectuais e técnicas adotadas para se atingir o conhecimento. Igualmente, Marconi e Lakatos (2010) argumentam que o método é o conjunto de atividades sistemáticas e racionais, que com maior segurança e economia permite alcançar o objetivo – conhecimentos válidos e verdadeiros – traçando o caminho a ser seguido, detectando erros e auxiliando as decisões do cientista.

Dentre as possíveis abordagens, optamos por aquela qualitativa e quantitativa, ou Survey Descritivo. A qualitativa foi desenhada com olhar descritivo; a quantitativa utilizou de questionário para levantamento de dados e caracterização do público alvo, com suas variáveis presentes no instrumento de coleta de dados.

A pesquisa qualitativa possibilita estudar a realidade e constitui uma importante fonte de dados, pela riqueza das circunstâncias e da história de vida das pessoas. Assim, neste estudo avançamos além da simples estratificação de resultados em números, fazendo imersão interpretativa sobre a análise quantitativa de viés etnográfico sobre os dados. Essa conjunção pode ser vista em Oliveira (2014, p. 58):

Utilizar dados quantitativos em uma pesquisa qualitativa é possível, visto que face ao novo paradigma da ciência contemporânea, no processo de construção do conhecimento epistemologia, deve se incluir a descrição de todos os fenômenos naturais. [...] A pesquisa qualitativa é aquela que trabalha predominantemente com dados qualitativos, isto é, a informação coletada pelo pesquisador não é expressa em números, ou então os números e as conclusões neles baseadas representam um papel menor na análise.

A autora também observa que as propriedades das partes só podem ser compreendidas a partir da dinâmica do todo, de maneira que esses dois tipos de abordagens não são excludentes, dado que optar por pesquisa qualitativa pode-se recorrer a dados qualitativos para melhor análise do tema em estudo e vice-versa.

Pormenorizando a abordagem, a entrevista em *Survey* é descrita por Gil (2014, p. 57) como a “[...] interrogação direta das pessoas cujo comportamento deseja-se conhecer”. Em nosso caso, elegemos entre os requisitos, para responder o questionário, o fator “ser morador ou residente em Cuiabá” em detrimento do local de nascimento da pessoa. Por amostragem de um universo, selecionamos procedimentos estatísticos, de maneira que os gráficos possam revelar probabilidades sobre esse universo, em forma de projeções, considerando-se uma margem de erro provável. Posteriormente, interpretamos os fenômenos observados, descrevendo-os sumariamente.

Justificamos o descarte da abordagem por levantamento *de campo*, apoiando-nos em Gil (2014) que afirma serem muito mais adequadas aos estudos descritivos do que para os explicativos, sendo, portanto, pouco indicados aos estudos de problemas de referentes e de estruturas sociais complexas. Entre as principais vantagens desse tipo de levantamento, estão o conhecimento direto da realidade, a economia, a rapidez e a quantificação.

Por outro lado, as limitações dos levantamentos situam-se na ênfase nos aspectos perceptivos, cujos levantamentos recolhem dados referentes, e na percepção que as pessoas têm acerca de si mesmas. Todavia, em muitos casos, esses recursos são insuficientes para sanar os problemas considerados, pois há pouca profundidade no estudo da estrutura e dos processos sociais.

Martins e Théóphilo (2009) oferecem-nos bases sólidas que corroboram a eleição da abordagem por levantamento *Survey*. Para estes autores, é a mais apropriada para casos em que o pesquisador busca conhecer características de determinada população, com a intenção de responder questões relacionadas à distribuição de uma variável, ou às relações entre as características de pessoas ou grupos. Problemas possíveis dessa estratégia, para eles, residem na sistemática de coletas de dados populacionais, ou de amostras da população de variadas técnicas. Levantamento em *Survey* ou levantamento por amostragem (*sample survey*) são sinônimos, de maneira que nas literaturas podemos encontrar as duas denominações.

Quanto ao seu propósito, a abordagem em *Survey* pode ser classificada em confirmatória, exploratória ou descritiva. Nesta dissertação mesclamos características exploratórias e descritivas. Esta para identificar quais as situações, eventos, atitudes ou

opiniões estão manifestas numa população (Gil, 2014); e aquela, a exploratória, com a finalidade de desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias, tendo-se em vista a formulação de problemas mais precisos, ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores. Além de descrever determinada realidade, buscamos estabelecer novas relações entre variáveis encontradas.

Descrevendo passo a passo nossos labores iniciais para traçar o perfil do torcedor cuiabano, avançamos através de etapas como: delineamento da pesquisa. Assim, descrevemos a seguir como foi realizada a consulta bibliográfica, bem como as diferentes técnicas de coletas de dados, feitas via questionário, entrevistas semiestruturadas e, posteriormente, a análise dos resultados associada à fundamentação teórica que embasou nosso estudo.

Do levantamento bibliográfico constam as conceituações sobre Tribo, Torcedores e Clubismo, que orientam a discussão teórica, realizado em leitura crítica sobre diversos autores, entre clássicos e contemporâneos, que compõem e/ou dialogam com a linha dos Estudos Culturais. Realizar pesquisa bibliográfica, segundo Martins e Theóphilo (2009, p. 54), envolve estratégias para condução de qualquer trabalho científico, sendo excelente meio de formação acadêmica, quando realizada independente – análise teórica –, ou como parte indispensável que visa à construção da plataforma teórica do estudo.

Ante o exposto, acolhemos amplo acervo constituído por artigos, teses, dissertações e livros que versam sobre as temáticas “futebol, torcida, ser torcedor, pertencimento clubístico e nacionalidade”. Também foram consultadas as bases de Scielo, do portal Periódicos/Capes e do site Google Scholar, além de jornais impressos locais (como o Jornal A Gazeta, por exemplo), que serviram de fortuna crítica, com vistas a correlacionar torcedor e Copa do Mundo de Futebol.

Para fundamentar esta análise, buscamos amparo em conceitos de torcedor nas concepções de Toledo (2010), Reis (1998), Cintra Sobrinho (2005) e Damatta (2006). Para conceituar sobre clubismo as inspirações advieram da ótica de Damo (2007), entre outros. Socialidade e tribo são teorias-base encontradas em Michel Maffesoli (2014). Dentre essas ricas contribuições, destacamos o trabalho de Luiz Henrique Toledo como fundamental para a compreensão do fenômeno das torcidas brasileiras. Toledo (1996) pontua que os torcedores brasileiros, em geral, possuem determinadas práticas que, organizadas a partir da paixão por um time de futebol, respondem a um determinado padrão de sociabilidade. Sociabilidades essas que são presentes nas partidas de futebol, seja na Arena Pantanal, em bares, ou até mesma em casa.

2.1 Pesquisa de campo, instrumentos e coleta de dados

Etapa realizada após o estudo bibliográfico, a pesquisa de campo possibilitou-nos, assim, definir os objetivos almejados, levantar as hipóteses, selecionar o meio de coleta, definir os procedimentos de coleta de dados, delimitarmos a amostra e decidir como os dados seriam tabulados e analisados.

Entre as primeiras ações, constituímos questionário parametrizado (apêndice I), com 24 questões de múltipla escolha e dicotômicas. As questões de múltipla escolha trazem uma pergunta com várias respostas, já as dicotômicas apresentam uma pergunta com duas respostas possíveis. Posteriormente, como segunda parte do estudo, realizamos a pesquisa de campo.

Pela natureza quanti-qualitativa dos questionários constam perguntas abertas e fechadas, o que demandou um grande tempo à aplicação dos mesmos. Vale registrar que, para tanto, foi necessário nos deslocarmos para cotidiano dos “torcedores”, em busca daqueles que seriam entrevistados. Esse é o trabalho de campo, ou seja, aquele feito em lugares onde é possível encontrar pessoas, de acordo com as especificidades de cada projeto de pesquisa.

A população alvo corresponde àqueles sujeitos torcedores residentes em Cuiabá, selecionados por amostragem dado o status do desconhecimento sobre os mesmos. Os sujeitos foram informados relativamente ao propósito do estudo. Desta forma, foi garantida a privacidade e o anonimato dos mesmos, salvaguardando os aspectos éticos fundamentais ao nosso propósito.

A escolha de questionário como instrumento de pesquisa faz-se por entendermos que, dentro de um leque de alternativas de recolha de dados, ele é capaz de produzir informações necessárias, adequadas e precisas. Assim, foi o questionário caracterizado em três categorias: 1) Perfil socioeconômico do torcedor; 2) Relação do torcedor com futebol e, por último, 3) Relação do torcedor com a Seleção Brasileira de Futebol.

A primeira parte é constituída por quatro questões referentes a sexo, idade e grau de escolaridade. A segunda traz cinco questões sobre a representação do futebol no cotidiano do torcedor (bem como a relação dos torcedores com o futebol e com o clube para qual torce e outros clubes). A terceira parte conta com 15 questões referentes à relação dos torcedores a Seleção Brasileira, e sobre a comparação entre seu envolvimento com clube e com a Seleção.

Dentre os dois tipos questionários possíveis de serem aplicados, ou seja, o questionário impresso aplicado por um pesquisador, ou aquele onde o próprio pesquisado preenche as respostas (também conhecido como questionário auto administrado), optamos por este último, em consonância com Parizot (2015, p. 87, grifo do autor), que assim o explicita:

A presença física de um pesquisador, por ocasião de uma pesquisa ‘face a face’, autoriza uma grande interação com o pesquisado – o que se revela útil quando este não compreende uma questão, quando deseja interromper a entrevista, ou quando se deseja acompanhar o questionário de documentos tais como fotos ou gráficos. Este procedimento oferece igualmente a possibilidade de observar o ambiente pesquisado (seu lugar de residência, seu trabalho etc., de acordo com o lugar pesquisado).

Antecedendo à fase real de aplicabilidade do questionário, fomos à rua para avaliar o instrumento escolhido, com vistas a aprimorá-lo, realizando um pré-teste do questionário, que foi aplicado junto a acadêmicos da Universidade Federal de Mato Grosso (doravante UFMT), seguindo os procedimentos da coleta de informações para verificar quais perguntas e possibilidades de respostas estavam ou não de acordo. Nenhuma correção foi proposta.

Além do questionário, as técnicas de pesquisa que utilizamos foram entrevistas semiestruturadas com seis torcedores, e, também, fizemos a observação participante. Tais entrevistas, denominadas de vídeo conversas, foram feitas antes e depois do Mundial para perceber as impressões dos sujeitos em relação ao desempenho da Seleção Brasileira de Futebol. Conforme Triviños (2013, p. 146), a entrevista semiestruturada é um dos principais meios para se realizar a coleta de dados, dado que possibilita questionamentos básicos, apoiados em teorias e hipóteses que se relacionam ao tema da pesquisa. Obviamente, complementa o autor, os questionamentos dariam frutos a novas hipóteses surgidas a partir das respostas dos informantes.

Vídeo conversas, por outro lado, permitem experimentação comunicacional dos comportamentos corporais, faciais e emotivos, de maneira que usamos um aparelho de celular para fazer as imagens dos torcedores e conversar com eles sobre as práticas torcedoras. O uso deste procedimento é defendido por Marin (2006, p.85), que explicita a riqueza espontânea dos registros, combinada com gravações em áudio e imagens, o que torna singular a sua qualidade na pesquisa de processos socioculturais em comunicação.

Embora tivéssemos em mãos roteiro de perguntas para o questionário semiestruturado, controlamos a rigorosidade na abordagem, optando por ouvir e registrar as histórias. Conscientes de que seria possível constrangimento causado ao entrevistado, pela presença do

aparelho celular durante a entrevista, realizamos uma conversa prévia com torcedores, ocasião em que fizemos esclarecimentos sobre os objetivos da pesquisa e os motivos pelos quais eles foram escolhidos para fazer parte.

Observação participante foi estratégia adenda a esta pesquisa. Esse tipo de observação consiste na real participação do pesquisador na comunidade ou grupo entrevistado, já que se incorpora ao grupo, confunde-se com ele (MARCONI; LAKATOS, 2010). Fica tão próximo quanto o membro do grupo estudado e participa das atividades normais do mesmo. Para materializar nossa participação no grupo, adotamos práticas torcedoras como, por exemplo, ir ao estádio para assistir aos jogos, utilizando o transporte público. Juntamo-nos à torcida cuiabana para assistir aos jogos na Arena Pantanal e no Fan Fest, Tudo isso para dimensionar e perceber a dinâmica significativa do que realmente é um torcedor em dia de jogos.

2.2 Lócus da pesquisa e caracterização dos sujeitos

Quatro foram os locais em que desenvolvemos esta pesquisa: Arena Pantanal, Fan Fest, residências e Bar do Imperador (situado na Praça da Mandioca).

Localizada no bairro Cidade Verde, a Arena Multiuso Governador José Fragelli, ou simplesmente Arena Pantanal, foi a principal obra construída para acolher a Copa do Mundo 2014 em Cuiabá, sendo sua sede e concentrando grande número de torcedores. Foi o primeiro espaço escolhido para aplicarmos a pesquisa. Foram sediados ali quatro jogos do Mundial na primeira fase, abrigando as seleções da Austrália, Coreia do Sul, Chile, Bósnia e Herzegovina, Nigéria, Japão, Colômbia e Rússia. Tem capacidade de público estimada em 42.968 mil pessoas, segundo site da Secretaria de Comunicação do Estado de Mato Grosso.

Park Fest ou Fan Fest (doravante) foi o segundo local escolhido para pesquisa foi o Park Fest. Foi montado no Parque de Exposições Jonas Pinheiro, com amplo espaço que abrigou a mescla de shows nacionais e programação futebolística virtual, via telões, para o público assistir aos jogos. Fan Fest é evento criado pela FIFA, sendo que o primeiro foi construído na Alemanha em 2006, e disponibiliza grandes telões nas cidades-sede do Mundial, com intuito de oferecer condições àqueles torcedores que não tiveram condições de ingressar no estádio de futebol para assistir a uma determinada partida de futebol. Tem ainda o objetivo de reproduzir uma atmosfera de estádio, com o mesmo tipo de torcedores, segurança e conforto.

O terceiro local escolhido foi o Bar Imperador, localizado na tradicional e cultural Praça da Mandioca. Optamos pelos bares por entender que o dito espaço serve de lócus simbólico e performático para sistematizar e compreender as práticas torcedoras dos sujeitos. Esse bar, especificamente, funciona também como meio de socialização entre os torcedores, pois, durante a pesquisa, notamos que os torcedores se abraçam mesmo sem se conhecerem. Justificamos tal escolha desse bar, ainda que não fosse temático, pela magnitude simbólica das decorações específicas à Copa do Mundo. Por fim, escolhemos vinte e oito (28) residências, situadas nos bairros Tijucal e Centro, para aplicar o questionário.

Para tratar a questão temporal, delimitamos o recorte dentro do período da Copa Mundial de 2014, com começo em 13 de junho daquele ano e término em um dia anterior à desclassificação da Seleção Brasileira.

Imagem 2 - Torcedores e cenários



Praça da Mandioca, um dos locais



Centro de Cuiabá em clima do Mundial



Torcedor da Copa



Torcedores

Fonte: Arquivo pessoal do autor - 2014

Da amostra fazem parte 122 pessoas, de ambos os gêneros, sendo entrevistados 115 torcedores cuiabanos e 07 várzea-grandenses, selecionados a partir de pessoas que se declaravam morar em algum bairro de Cuiabá (MT), mediante a amostra aleatória simples. Os indivíduos que constituem a amostra foram entrevistados aleatoriamente, sem qualquer tipo de seleção ou escolha.

Entre as regiões constituintes da amostra estão, na Grande Cuiabá: Regiões Oeste (61 pessoas), Leste (13 pessoas), Sul (17 pessoas), Norte (9 pessoas) e 22 pessoas que não declararam o bairro em que moram. O *corpus* final foi assim definido: 60 que foram à Arena Pantanal, 12 torcedores que foram ao Fan Fest, 22 que optaram por assistir em bares e 28 que preferiram ficar em casa.

Foram escolhidos aqueles participantes, a partir dos seguintes critérios de inclusão, que estivessem sempre presentes na Arena Pantanal ou no Fan Fest em dias de jogos, moram em Cuiabá ou Várzea Grande e disponibilizaram-se a responder ao questionário.

A seleção foi realizada através da amostragem probabilística aleatória simples, com princípio de amostragem proposital, onde o pesquisador seleciona os sujeitos a serem investigados, de acordo com as características desejadas para o estudo. Os requisitos necessários foram ter mais de 16 anos e gostar de futebol.

2.3 Procedimentos de análises dos dados

De posse dos questionários respondidos, passamos à análise dos dados, que consiste na organização sistemática do material colhido para aumentar nossa compreensão sobre o fenômeno estudado, de maneira que após a aplicação dos questionários, feitas as entrevistas e realizada a observação participante, foi realizada a tabulação de dados que consiste em organizar os dados em tabelas, para serem analisados por processo de técnica de análise estatística. Sua categoria pode ser mista ou cruzada (MARCONI; LAKATOS, 2010), sendo a sua tabulação feita manualmente, mecânica, eletrônica ou parcialmente manual e eletrônica.

Optamos pela tabulação eletrônica, de inserção dos dados em tabela Excell (Office 2007), com uma coluna para cada opção de resposta às questões fechadas, possibilitando criar gráficos para facilitar a análise dos resultados, apresentados em gráficos do tipo pizza, caracterizando as principais variáveis e, posteriormente, discutidos com na base na literatura selecionada, organização selecionada representativa da estatística descritiva.

A tabulação selecionada foi cruzada através de processo eletrônico. Conforme observa Gil (2014, p.159), este tipo de procedimento consiste na contagem de frequências que ocorrem justamente em dois ou mais conjuntos de categorias, por exemplo, tabulação de casos referentes às categorias de renda e escolaridade. A tabulação eletrônica dos dados quantificou-os, um a um e, em seguida, foram colocados na planilha Excell, com amostragem da porcentagem em forma de gráficos.

O processamento por computador é muito útil quando se trabalha com um grande volume de dados, como no caso de levantamentos, que envolvem amostras numerosas. Também é útil mesmo quando se trabalha com uma quantidade menor de dados, mas cuja análise requer o uso de técnicas estatísticas mais sofisticadas, que geralmente envolvem cálculos numerosos e complexos (GIL, 2014, p.159).

Por outro lado, os princípios etnográficos (GEERTZ, 2008) contribuíram para uma “descrição densa”, com a finalidade de interpretar os discursos dos espectadores e torcedores que assistiram aos jogos da Copa do Mundo. Ainda que não tenhamos usado, no sentido amplo, a "descrição densa", seus princípios foram aqui aplicados à análise dos dados coletados para interpretações de “segunda e terceira mão” que permitem primeiramente compreender os dados e depois analisá-los (GEERTZ, 2008,p. 11).

Através de investigação empírica, via pesquisa de campo, foi-nos possível chegar a uma resposta concreta a respeito do problema e das questões aqui apresentadas, e o Método Survey foi relevante a partir de sua lógica de amostragem, dada a possibilidade de generalização sobre uma população inteira de torcedores cuiabanos. Munidos da amostra, pudemos fazer inferências relevantes à pesquisa, baseados em uma pequena parcela da população total.

3 TORCEDORES, SELEÇÃO E ESPETÁCULO FUTEBOLÍSTICO

“A torcida [...] faz parte necessária do show”.
(SODRÉ, 1989, p. 140)

A epígrafe acima, do sociólogo e jornalista Muniz Sodré, destaca a importância da figura do torcedor no espetáculo futebolístico, mostrando que a presença do público nos estádios é fenômeno indiscutivelmente constituinte, e que caminha *pari passu* à gênese do futebol. Torcedor que é elemento que dá vida a uma partida de futebol, pois, sem os gritos de incentivo ou desaprovação das multidões o jogo não passaria de uma atividade sem grandes emoções.

Nesta dissertação, são protagonistas esses torcedores que se manifestam de maneira eventual ou ocasional, enchendo arquibancadas com suas múltiplas matizes formadas por crianças, jovens, velhos, ricos, pobres, brancos, negros, independente do gostar ou não de futebol, pois o que está em jogo é o sentimento de brasilidade.

Perspectiva essa que introduz os resultados da pesquisa sobre o perfil do torcedor cuiabano e a sua relação com a Seleção Brasileira de Futebol, e traz o cruzamento dos dados analisados bem como os resultados encontrados. Como se forma tal perfil? Enfocamos questões relacionadas a sexo, idade, grau de instrução e renda salarial, para, posteriormente, compreender a forma como os torcedores expressam essas práticas torcedoras dentro e fora do estádio no espaço urbano. Quem é esse torcedor? Qual o seu vínculo com o futebol, com o clube de coração e com a Seleção Brasileira de Futebol? Eis o que passamos a analisar e descrever.

Um aparte muito breve. Devido à fragilidade do contexto esportivo local, em que reduzido público frequentava o estádio, talvez pelas precárias condições físicas do antigo estádio Governador José Fragelli – o Verdão, o torcedor cuiabano sentia-se pouco atraído para presenciar tais eventos, preferindo assisti-los em suas casas. Soma-se a isso o fato de que o futebol profissional em Mato Grosso tem passado por importantes e intermitentes crises e mudanças, especialmente entre os principais clubes esportivos do estado.

Dados divulgados e colhidos da imprensa nacional, pela Pluri Consultoria (2014) apontam para drástica redução de público pagante e presente no estádio Verdão, o que o situa entre os estádios menos prestigiados do país, com poucos 4% de realizações de campeonatos

mato-grossenses. No entanto, durante a Copa, percebemos uma maior participação do público cuiabano nos eventos esportivos.

E essa participação também é constatada pós-Copa, em pesquisa desenvolvida pelo sociólogo do esporte Francisco Xavier Freire Rodrigues (2015b), intitulada “Análise preliminar sobre os impactos e legados da Copa do Mundo 2014 no futebol profissional de Mato Grosso”, onde se lê detalhadamente esse crescimento do público na Arena Pantanal.

Tabela 1 - Jogos Realizados na Arena Pantanal em 2014

Jogo	Público de Torcedores (Número)	Renda (R\$)	Série
Mixto x Santos-SP	17.000	788.760,00	Copa do Brasil
Cuiabá x Internacional-RS	21.385	884.085,00	Copa do Brasil
Luverdense x Vasco-RJ	15.829	708.400,00	Brasileirão Série B
Operário x Tombense – MG	10.605	184.030	Brasileirão Série D
Operário x Luziânia – GO	1.372	19.010,00	Brasileirão Série D
Operário x Barueri – SP	3.284	35.546,08	Brasileirão Série D
Operário x Goianésia – GO	1.277	13.252,00	Brasileirona Série D
Cuiabá x Águia de Marabá-PA	1.925	14.475,00	Brasileirão Série C
Cuiabá x Paysandu-PA	14.401	215.020,00	Brasileirão Série C
Cuiabá x CRB-AL	11.833	184.030,00	Brasileirão Série C
Cuiabá x Fortaleza-CE	14.404	248.845,00	Brasileirão Série C
Luverdense x Náutico - PE	14.404	248.845,00	Brasileirão Série B

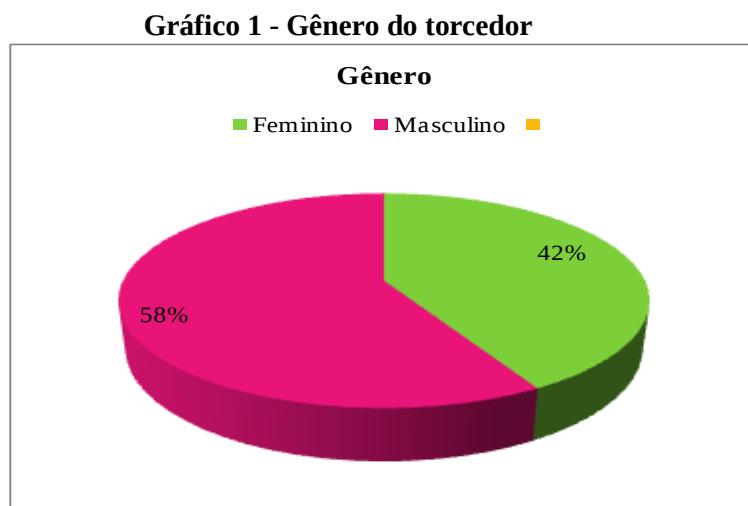
Fonte: Rodrigues, 2015b.

Podemos inferir que muitas pessoas urbanas, sobretudo torcedores e simpatizantes de futebol, têm experimentado maior envolvimento com o futebol, seja em realização de eventos esportivos, ou pela presença em estádios por conta de campeonatos nacionais e regionais. É o que temos constatando ao longo de um ano para outro. A presença dos torcedores nos espaços esportivos (Arena Pantanal) teve um crescimento considerável.

3.1 Cartografias coletivas: caracterizando o torcedor cuiabano em tempos de Copa do Pantanal⁵

⁵Copa do Pantanal é termo utilizado como marketing institucional para caracterizar a Copa do Mundo de Futebol em Cuiabá – MT/2014.

Para conhecermos o torcedor cuiabano, fizemos a caracterização dos mesmos a partir de três eixos: perfil socioeconômico, relação do torcedor com o futebol, e a sua vinculação com os clubes brasileiros e com a Seleção Brasileira de Futebol, categorizando-os por sexo, faixa etária, grau de instrução e renda mensal de maneira que dados representem o público selecionado.



Fonte: Pesquisa de Campo – Junho de 2014 - Elaboração própria

Abordando a questão de gênero, apresentado no Gráfico 1, em que temos um universo de 122 torcedores cuiabanos, 58% são do sexo masculino e 42% do feminino, com predominância de público masculino nos espaços de sociabilidade futebolística. Predominância essa que também foi constatada pelo Instituto de Pesquisa Data Folha, em 2014, que aponta a predominância do sexo masculino no Mundial: a cada 04 torcedores, 03 são homens. Tendência recorrente ao longo dos anos, porque se confirma na maioria das pesquisas que problematiza a relação de gênero, em lugares onde futebol foi adotado. Em Cuiabá, durante a Copa do Mundo de Futebol, por exemplo, algumas mulheres afirmaram que só estavam no espaço esportivo para acompanhar o marido, que gosta muito de futebol.

A dita predominância masculina nos espaços futebolísticos também foi registrada pelo historiador Franco Júnior (2007), em sua pesquisa nacional sobre futebol e Copa do Mundo. Segundo os dados por ele indicados, os homens discutem futebol com mais frequência do que as mulheres. A pesquisa mostra que regularmente os homens vão mais aos estádios do que as mulheres (11% contra 1,5%, em números redondos); e também acompanham mais o time, através do rádio e/ou televisão (54% contra 19%). No entanto, esse mesmo estudo demonstra que as mulheres têm mais interesse pelo jogo em época de Copa do Mundo.

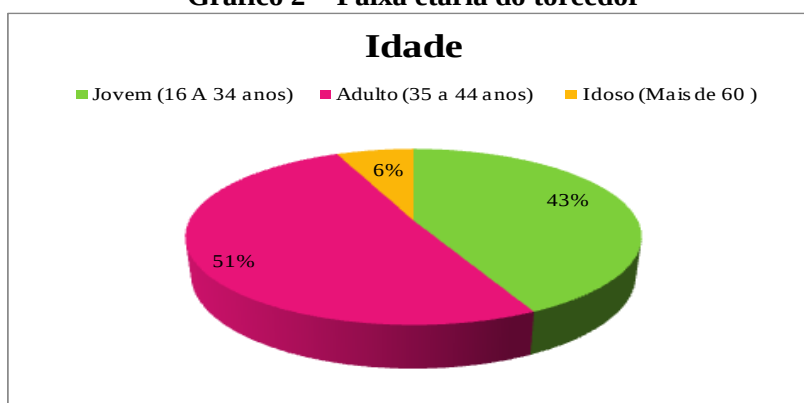
A confirmação de que mulheres estão presentes no universo do futebol durante as Copas é corroborada por Damo (2006, p. 41), que afirma, apesar das mulheres não manterem proximidade com o universo futebolístico, há “adesão massiva do público feminino” nas Copas do Mundo, pelo fato da equipe de futebol representar a Nação. Na fala do autor, está presente a ideia de que o sentimento de nacionalismo, na época de Copa do Mundo, é constantemente requisitado, não apenas por quem se identifica com o futebol, mas, também, por quem se percebe integrante de uma identidade nacional.

Se no Brasil a presença masculina ainda é preponderante nas arquibancadas, há países onde acontece o contrário. O sociólogo Giulianotti (2010) mostra que no Japão, por exemplo, as mulheres estão na vanguarda das novas tendências culturais, e passaram a assistir mais futebol do que os homens.

Nos Estados Unidos, as mulheres perfazem 40% dos jogadores de futebol. Giulianotti (2010) destaca ainda que em outros lugares, as “fortes pressões culturais minam o envolvimento das mulheres no futebol”, como é o caso da África sub-Saara, onde a participação feminina nos esportes é proibida em nível local. Para ele, importantes divisões culturais e de classe delimitam a experiência de mulheres no futebol. Segundo o autor, as novas culturas futebolísticas do Ocidente (reconhecidamente com participação maior da classe média) favorecem mais o envolvimento das mulheres.

Para falarmos sobre a participação da mulher no universo futebol, é preciso breve contextualização histórica e social a respeito. Eric Hobsbawm (1995), na obra “A Era dos Extremos, o breve século” discorre sobre a representação do aparecimento e maior ênfase sobre a mulher no esporte, com seu potencial identificador da configuração de um “homem novo”. Norbert Elias e Eric Dunning (1985) discutem a questão do gênero, e do acesso das mulheres a determinadas oportunidades sociais.

Segundo os autores, a interdependência de homens e mulheres, como em todas as outras interdependências sociais, é mais bem conceituada, pelo menos neste campo, em termos de equilíbrio de poder, ou de razão de poder, entre as partes envolvidas. Tal equilíbrio constitui uma “estrutura profunda”, no seio da qual se produzem e se conservam ideologias e valores, que orientam as relações entre os sexos. Para eles, em qualquer sociedade, quanto mais acentuadas forem as formas de domínio masculino, maior será a tendência para prevalecer a rigorosa segregação entre os sexos.

Gráfico 2 - Faixa etária do torcedor

Fonte: Pesquisa de Campo – Junho de 2014 - Elaboração própria

Os critérios de idade do brasileiro seguem a divisão de faixa etária distribuída pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). A estrutura de faixa etária de uma população costuma ser dividida em três faixas: jovens - com até 19 anos; adultos - entre 20 e 59 anos; e idosos - a partir de 60 anos.

Assim, observando a idade dos torcedores entrevistados neste estudo apresentado no Gráfico 2, verificamos a representação em escala de faixa etária que vai dos 16 aos 80 anos. Para melhor compreender esta análise, agrupamos as idades por faixa etária, assim distribuída: 18 -34 (jovem); 35-59 (adulto) e acima de 60 anos (idoso). Constatamos haver número maior de torcedor com perfil de público adulto, correspondendo 51% dos entrevistados; seguido do público mais jovem, perfazendo 43% das pessoas. Então, temos que a torcida é formada por dois grandes públicos: jovens e adultos. Com menor incidência, somente 6% dos entrevistados, está o público da terceira idade.

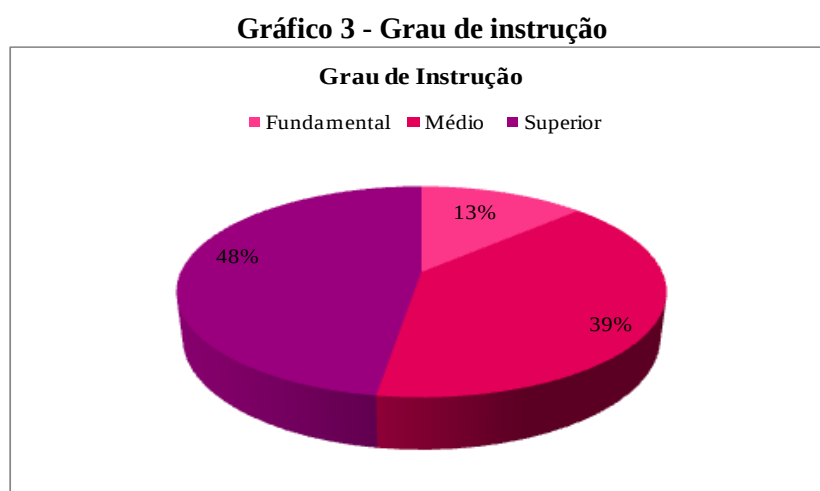
Aprofundando a análise, constatamos que apesar do torcedor adulto ter mais predominância em relação aos demais, a presença do público em evento esportivo é constante, não havendo idade específica para opção de lazer. Durante a aplicação do questionário, também notamos que o torcedor, principalmente o de arquibancada, sempre estava acompanhado da família, o que mostra uma diversidade de público.

Dialogando e comparando os dados acima com os de outra pesquisa, constatamos que o torcedor cuiabano em época de Copa do Mundo apresenta um contraste com a torcida clubista. São em sua maioria os adultos que participam daquela, e na torcida clubística o perfil é de um público mais jovem, segundo dados nacionais divulgados pelo Ibope, em 2014. Além disso, percebe-se que em campeonatos do clube de coração não ocorre essa diversidade de público, como acontece nos mundiais. Por outro lado, a pesquisa feita pelo Instituto de

Pesquisas Datafolha (2014) indicou que o público de Copa é mais jovem do que a média da população (34 anos, ante 42).

Em contrapartida, ao classificarmos por gênero - masculino e feminino -, observamos que as mulheres com maior presença nos espaços esportivos estão na faixa etária entre 25 e 34 anos. Isso indica uma representatividade de 39% de mulheres jovens, ao passo que o grupo masculino possui idade mais avançada, respondendo por 44% dos que estão entre 45 a 59 anos. Podemos inferir, então, que a participação das mulheres mais jovens é crescente nos espaços predominantemente masculinos.

Daí, afirmamos que a experiência de viver uma Copa do Mundo agrega diversos públicos, sendo o Mundial apontado como pertencimento a algo maior, a uma nação. Dentro desta dimensão simbólica, torcedores vestem as cores da nação (verde e amarelo) e manifestam a sua brasilidade. Ou, como diz Gastaldo (2006), as Copas do Mundo talvez sejam um dos últimos redutos do nacionalismo moderno, e por esta via, talvez sejam um dos mais importantes espaços para a produção simultânea de identidades nacionais.



Fonte: Pesquisa de Campo – Junho de 2014 - Elaboração própria.

A respeito da classificação por grau de instrução ou escolaridade, conforme a legislação do MEC apresentado no Gráfico 3, notamos a predominância da formação no ensino superior, entre 48% dos entrevistados, contra 39% que afirmaram possuir formação em ensino médio. A baixa formação educacional responde por apenas 13% entre as pessoas que responderam ter ensino fundamental.

Analisando as variáveis de grau de escolaridade, constatamos que o torcedor cuiabano que frequentou os espaços esportivos durante a Copa de Futebol do Mundo apresenta um

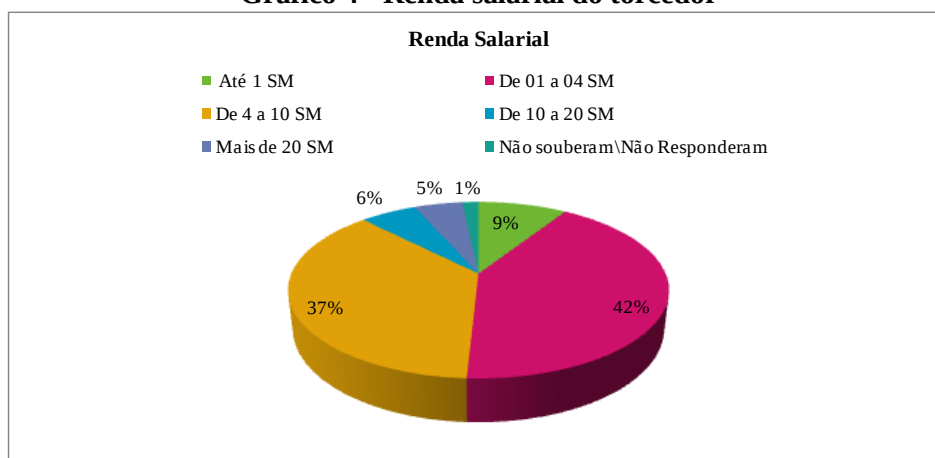
nível de escolaridade alto, levando-se em conta que cerca de 7% da população, com idade superior a 15 anos, é analfabeta segundo Pesquisa Nacional por a Amostra de Domicílio (PNAD), de 2013. Essa mesma pesquisa mostra, ainda, que a cada grupo de mil pessoas, 193 não são alfabetizadas no estado de Mato Grosso.

Assim, os dados regionais sobre o grau de instrução do torcedor cuiabano conjugam com a pesquisa nacional, feita também pelo Data Folha durante o Mundial, em que se mostrou o torcedor mais escolarizado, dado que 86% possuem ensino superior, ante uma média de 16% da população brasileira. A elevação do grau de escolaridade do torcedor cuiabano desmistifica o discurso de que o gosto pelo futebol está diretamente ligado apenas às pessoas de baixo grau de instrução.

Podemos dizer que há representatividade de todos os graus de instrução, nos diversos níveis de escolaridade, dentro dos principais espaços esportivos abordados por esta pesquisa. Contudo, vale destacar que observamos a presença de público com grau de instrução mais elevado, de forma mais acentuada, na Arena Pantanal. Contrariamente, o público com baixa escolaridade foi mais notado no Fan Fest.

Contudo, é preciso destacar que o Fan Fest foi um espaço popular criado pela FIFA, justamente com o objetivo de atrair o público de baixa renda. Público impossibilitado de comprar ingressos para assistir aos jogos do Mundial. Ou seja, criou-se espaço para o povão, para a massa, dado que a Arena Pantanal, pelo alto preço dos ingressos, destinava-se obviamente ao público mais selecionado, elitizado e consumista.

Gráfico 4 - Renda salarial do torcedor



Fonte: Pesquisa de Campo – Junho de 2014 - Elaboração própria.

A classificação por renda salarial apresentada no Gráfico 4 é proveniente de entrevista com moradores de bairros periféricos e nobres de Cuiabá, também diferencia a composição do

perfil do torcedor cuiabano. Os dados mostram que a maioria (42%) tem renda entre 01 salário e 04 salários mínimos, seguidos dos que possuem renda familiar superior – entre 04 e 10 salários mínimos (com 37%). Os que ganham 01 salário mínimo correspondem a 9% dos entrevistados, podendo-se dizer que este grupo dificilmente teve a oportunidade de assistir a algum jogo na Arena Pantanal. A somatória dos percentuais entre 01 salário e até 4 salários mínimos indica que, em geral, os torcedores pertencem às classes C e D, totalizando um percentual de 51%. A alta classe média está representada por 11% do público torcedor. Não soube informar apenas 1%.

Explorando as respostas, concluímos que na Arena Pantanal a grande maioria do público estava formada pela alta e média classe. Curiosamente, são eles moradores de bairros situados nas regiões Oeste, Centro-Sul, com escore mais elitizado. Em contrapartida, o público de baixa renda fez a festa nos espaços esportivos – Fan Fest, bares e em casa, e perfazem os moradores que residem nas regiões Norte e Sul, onde se localizam os bairros periféricos da Grande Cuiabá.

Podemos inferir que a diferença entre públicos da Arena Pantanal e do Fan Fest está na questão de que no estádio pagava-se para adentrar, já naquele espaço diferenciado entrava-se gratuitamente. Temos, então, público pagante e público não-pagante. Nos Fan Parks foram oferecidos, ademais, shows nacionais e colocadas tendas comerciais para atrair o público local.

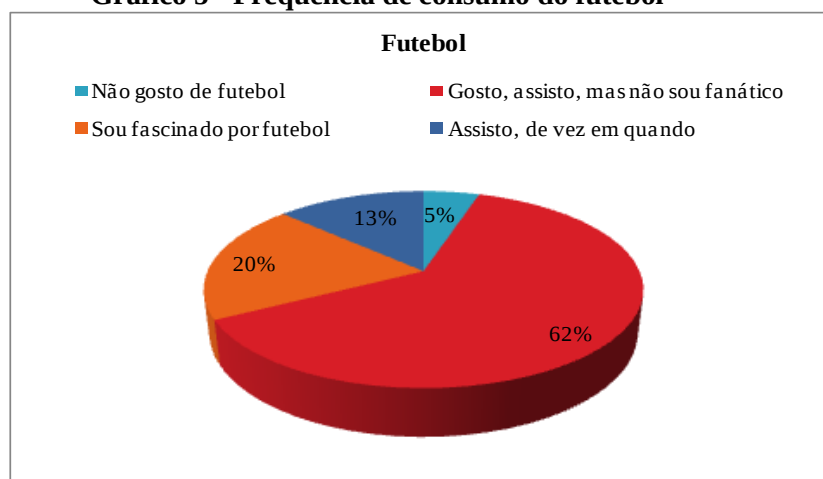
Correlacionando esses dados com aqueles de pesquisa divulgada pela imprensa nacional, principalmente do site Uol, que apontou que o público representado no estádio pertencia às classes A e B, percebemos que realmente o estádio foi voltado pelo público consumidor, com poder de compra, ou a elite branca. A classe média baixa, que ascendeu na era Lula, foi muito pouco representada nos estádios.

3.2 Envolvimentos, representações futebolísticas, clubismo locais e nacionais

Referente ao vínculo cotidiano do torcedor com o futebol observa-se no Gráfico 5, que a pesquisa apontou que o torcedor cuiabano é mais moderado do que intenso na sua relação com o futebol. Agrupando-os por categorias, 20% são fanáticos, contra 62% que afirmaram ser mais moderados na forma de torcer ou de assistir ao espetáculo futebolístico (Gosto e assisto, mas não sou fanático). Há também aquelas pessoas que assistem ou torcem de vez em quando, que correspondem a 13% dos entrevistados. Por fim, percebemos que a paixão pelo

futebol não é unanimidade entre os cuiabanos, posto que 5 % declararam que não gostam de futebol.

Gráfico 5 - Frequência de consumo do futebol



Fonte: Pesquisa de Campo – Junho de 2014 - Elaboração própria.

Em contrapartida, quando separamos os grupos por gênero, constatamos que o sexo masculino apresenta um vínculo maior com o futebol, pois responderam de forma mais afirmativa e equilibrada. Observamos isso através da opção em que as pessoas autodeclararam-se não gostar de futebol: apenas 01 pessoa do sexo masculino respondeu que não gosta de futebol, contra 04 mulheres.

Dentro da opção “sou fascinado pelo futebol”, cruzamos as informações recolhidas sobre a variável gênero, e resultou que 17 pessoas do sexo masculino declararam-se fanáticos, contra 06 do sexo feminino. Disso advém mostra incontestável da predominância do sexo masculino, no tocante a gostar mais intensamente do futebol. Contudo, há que se considerar que o futebol faz parte do cotidiano da vida das pessoas, independente do gênero.

Pode-se afirmar que o futebol aparece como fenômeno social que envolve as pessoas. Ronaldo Helal (1990, p. 11-13) menciona que o ‘gostar do futebol’ existe fora das consciências individuais, que o futebol existe na coletividade, em nosso meio social que nos transmite esses sentimentos, da mesma forma que a escola nos ensina a ler e escrever.

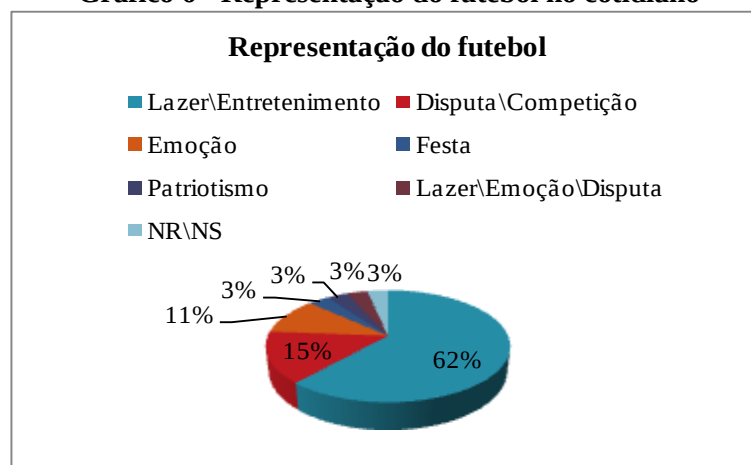
Sendo assim, o primeiro passo para uma compreensão sociológica do esporte moderno é encará-lo como um fato social, isto é, como algo socialmente construído, que existe fora das consciências individuais de cada um, mas que se impõe como uma força imperativa capaz de penetrar intensamente no cotidiano de nossas vidas, influenciando os nossos hábitos e costumes. (HELAL, 1990, p. 13-14).

Ademais de ser fato social, o futebol carrega na sua essência a emoção como um dos componentes desse fenômeno moderno.

Franco Júnior (2007, p. 394) diz que o futebol desperta emoção tão envolvente, e adesão tão intensa, que claramente se destaca de qualquer outra manifestação contemporânea. Igualmente, o sociólogo britânico Richard Giulianotti (2010), correlacionando religião a futebol, destaca que um jogo moderno substitui a religião como instituição que une as pessoas, e ao mesmo tempo dá origem ao êxtase emocional anteriormente associado à cerimônia religiosa. Essa importância contemporânea do futebol é visível pela impregnação, seja através dos programas televisivos, filmes, ou até mesmos das relações pessoais do cotidiano e do trabalho.

Quanto ao significado do futebol para o cuiabano, vemos no Gráfico 6 que 62% dos entrevistados relacionam o futebol diretamente com lazer e entretenimento; 15% o veem como disputa; 11% responderam que é emoção; 3% sentem como alegria e celebração, enquanto 3% disseram que o futebol tem sentido de festa e de patriotismo. Um número pequeno de pessoas, 3%, declarou que o futebol congrega lazer, disputa e emoção.

Gráfico 6 - Representação do futebol no cotidiano



Fonte: Pesquisa de Campo – Junho de 2014 - Elaboração própria.

Da somatória pudemos evidenciar que futebol é conceito polissêmico, e que no imaginário do cuiabano as palavras-chave “lazer, emoção e disputa” configuram a semântica desse esporte bretão. Nesse sentido, o pensamento maffesoliano leva-nos a perceber o lazer como uma atividade coletiva, e necessária à estrutura social.

Em seus estudos, Maffesoli (2014, p.19) observa que uma cidade, um povo, um grupo mais ou menos restrito de indivíduos que não consegue expressar coletivamente sua

imoderação, sua demência e seu imaginário, desestrutura-se rapidamente, posto que o reconhecimento de uma sociedade passa pela questão das desordens da paixão.

Norbert Elias e Eric Dunning (1985, p. 73), por sua vez, defendem que as tensões miméticas das atividades de lazer e a excitação com elas relacionada isentam do perigo ou de culpa, “[...] podem servir como um antídoto das tensões provenientes do *stress* que, no quadro de repressão global estável e harmoniosa característica das sociedades complexa, se verifica entre os indivíduos”.

No caso de um jogo de futebol, o movimento e emoção estão intimamente ligados um ao outro, pelo menos na situação dos jogadores. Mesmo o público tem um campo de possibilidade para transmitir seus sentimentos entre si e os jogadores, por intermédio de movimentos, incluindo os da língua, dos lábios e cordas vocais (ELIAS; DUNNING, 1985, p. 83).

De forma geral, a relação do futebol com o lazer é mencionada pelos entrevistados que compuseram o trabalho de campo. Na entrevista abaixo, o torcedor correlaciona futebol com diversão e lazer. O lazer é apontado como uma forma de passatempo.

Entrevista 01: *Qual seu envolvimento com o futebol?*

Torcedor 1: “É separar as quartas-feiras para ver o campeonato brasileiro e das partidas que rolam. No domingo também. Como o domingo é um dia morto. O que salva o domingo é ter futebol o domingo”. (Professor, 46 anos, torcedor de Fan Fest.)

Torcedor 2: “Vim de uma família humilde, em razão disso o lazer nosso era o futebol. Reservo o domingo para assistir o futebol. Torço pelo Mixto, pelo Santos e pela Seleção Brasileira de Futebol”. (Servidor público, 56 anos, torcedor de bar.)

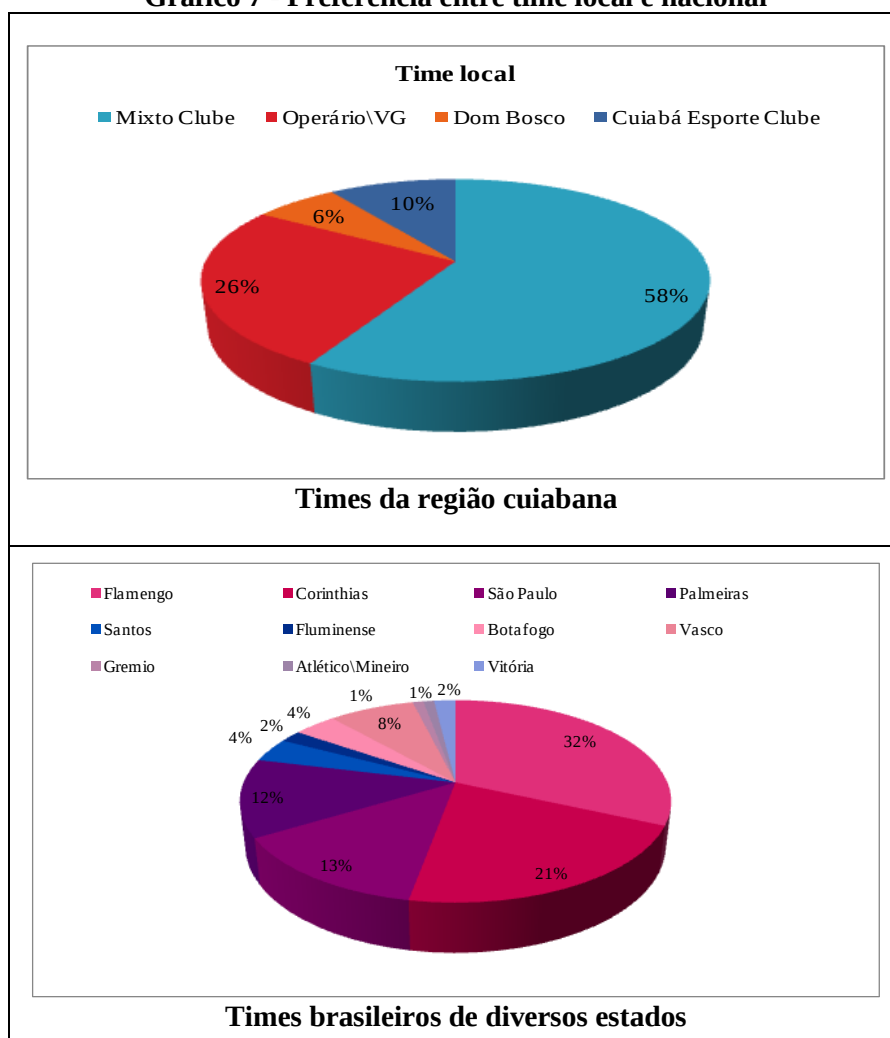
Pelos registros acima, cruzamos dados e constatamos que o futebol é o lazer da maioria das famílias de baixa renda, sendo necessária a sua conceituação que ora aplicamos. Assim, em Magnani (1996), há que situá-lo historicamente, a partir da consolidação da sociedade capitalista, quando surge como oposição às horas de trabalho, revelando a dicotomia tempo de trabalho versus tempo livre, na intenção de reposição da força despendida na jornada de trabalho.

Desse modo, lazer significa o conjunto de ocupações que preenchem o tempo livre, passando a expressar as práticas criadas no cotidiano, e nas experiências urbanas de diversos grupos. Por conseguinte, é pertinente situar o futebol como atividade de lazer e evento que o

homem moderno usufrui para driblar as tensões cotidianas do trabalho. Principalmente àquelas pessoas das grandes metrópoles, propensas e pré-dispostas a viver de forma mais festiva e afetiva, o que revela decréscimo da excessiva racionalidade em prol de valores sentimentais, dentre eles o lazer.

E o futebol regional está entre uma das mais expressivas formas de lazer. É o que afirma Magnani (1984), se nas pequenas cidades interioranas o trabalho, a devoção e o lazer são vividos no limite de uma comunidade onde todos se conhecem, na grande metrópole as diferentes instituições que atendam tais demandas não apenas diversificadas como ademais encontram-se dispersas. A esse respeito, o vínculo dos torcedores cuiabanos com os clubes regionais, conforme se vê no Gráfico 7, temos que 50% dos entrevistados revelaram a preferência por algum clube local, ante 49% que disseram não afiliar-se a nenhum clube local. Não souberam responder 2%.

Gráfico 7 - Preferência entre time local e nacional



Fonte: Pesquisa de Campo – Junho de 2014 - Elaboração própria.

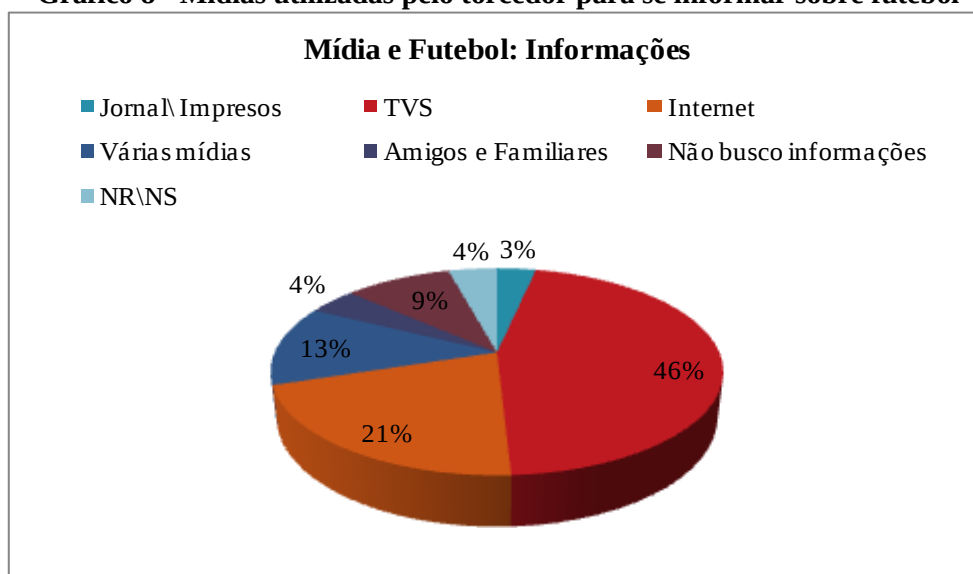
Dentre os clubes locais mais citados estão: Mixto (58%), Operário (26%), Cuiabá Esporte Clube (10%) e Dom Bosco (6%), sendo o time Mixto Esporte Clube líder na preferência dos entrevistados. No entanto, quando questionados sobre a preferência por um time nacional, afirmaram 85% que torcem por algum clube nacional; 15% disseram não ter preferência por time de projeção nacional.

Os clubes nacionais mais lembrados foram: Flamengo (32%), Corinthians (21%), São Paulo (13%), Palmeiras (12%), Botafogo (8%) e Santos (4%). Os dados indicam que os torcedores cuiabanos têm preferência por time de projeção nacional, sendo que um universo de 122 entrevistados, apenas 18 pessoas disseram não ter preferência. Confrontando esses números com a preferência local, a diferença é que a metade dos entrevistados não tem preferência por time local.

Evidencia os números a existência do que os professores Luiz Henrique Toledo e Flávio de Campos (2013, p. 128) denominam de “torcedores mistos”. Estes são definidos como pertencentes ao campo da bi-filiação clubística, que permite aos torcedores engajarem-se a times históricos, como aqueles do estado do Rio de Janeiro, sobretudo pela projeção política e midiática, sendo que o Flamengo Esporte Clube (Clube de Regatas do Flamengo) tem maior presença no imaginário do torcedor cuiabano.

Outra influência na formação da torcida pode ser lida segundo estudos constantes de “Identidade Futebolística: Os torcedores Mistos no Nordeste”, de Arthur Alves de Vasconcelos (2011, p. 50), autor que pondera sobre a ajuda dos meios de comunicação – rádio, TV, jornais, e na última década a internet –, para levar ao torcedor informações sobre times de diversas partes do Brasil e do mundo.

Esses times, frequentemente citados pela mídia, tornam-se mais próximos da realidade cotidiana dos torcedores do que as equipes da sua própria cidade. Segundo Campos e Toledo (2013), as maiores redes de televisão estão sediadas no eixo Rio de Janeiro - São Paulo. E retransmitem sua programação para o restante do território nacional, por meio de redes afiliadas, criando hábitos diários de entretenimento e informação que pode, ainda segundo Vasconcelos, estabelecer laços de afinidades com algum desses clubes, de maneira que acaba por resolver considerar-se torcedor do mesmo.

Gráfico 8 - Mídias utilizadas pelo torcedor para se informar sobre futebol

Fonte: Pesquisa de Campo – Junho de 2014 - Elaboração própria.

No último bloco deste eixo vemos, pelo Gráfico 8, que os torcedores buscam informações sobre o futebol praticado pelo seu time do coração. Conforme as respostas dos entrevistados, 46% das pessoas disseram se manter informados pela TV, e 21% que preferem a internet contra apenas 3% que escolheram a imprensa escrita.

Por outro lado, há evidente crescimento de acesso às plataformas midiáticas, de maneira que 13% afirmam usá-las para ficar atualizado sobre o futebol dos clubes nacionais e dos locais. Há também aquelas pessoas que se informam junto aos amigos e familiares, e que correspondem a 4% dos entrevistados. Por último, 9% disseram não buscar nenhuma informação sobre o futebol. As respostas evidenciaram que a internet já faz parte da vida dos cuiabanos, porém, a televisão é a preferida deles.

Esses dados que correlacionam mídia e futebol foram registrados também pela Pesquisa Brasileira de Mídia/2014 sobre os hábitos de mídia pela população brasileira que apontou a TV como principal meio de comunicação (76,4% das pessoas), alcançando 97% das residências. Em segundo lugar, aí sim, registrou-se a internet com 13,1% da preferência, sendo que 47% da população têm o hábito de usá-la. Entre os jovens entre 16 e 25 anos, a predileção pela “telinha” cai em 70% com crescimento de 25% em relação à rede mundial virtual.

Analisando a relação entre esporte e televisão, percebemos que o esporte, principalmente o futebol, nos meios televisivos, ganha aspecto mais de espetáculo do que propriamente o conceito de notícia. É o que afirma Betti (1998): ver esportes pela televisão é

completamente diferente de assisti-lo presencialmente nos estádios ou quadras. A televisão seleciona as imagens e as interpreta.

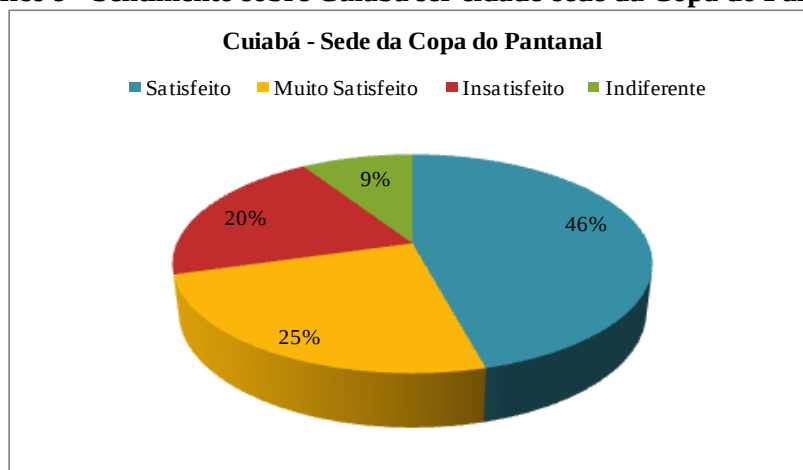
Isso é notadamente percebido ao assistirmos, por exemplo, a um jogo de vôlei ou futebol pela televisão, diz Betti (1998). Segundo ele, os narradores não narram apenas jogadas, mas, repetidamente, o quanto as jogadas são “espetaculares”, “inacreditáveis”, “sensacionais”, como os jogadores são “paredões”, “craques”, “fenomenais”, como “dão um show”. O telespectador tem a falsa sensação de olhar por uma janela de vidro, quando na realidade assiste a uma interpretação da realidade.

Sendo assim, afirmamos que a dicotomia esportes-espetáculo apresenta uma diferença central, e não excludentes, entre ver pela TV e estar presente, participar. No primeiro caso, a relação dos torcedores é predominantemente contemplativa com o futebol; contrariamente, ir ao estádio possibilita a experiência do estar-se presente, fundamental na fruição do futebol.

3.3 Seleção, torcida e espetáculo futebolístico no imaginário do torcedor cuiabano.

Neste terceiro bloco, buscamos identificar o vínculo do torcedor cuiabano com a Seleção Brasileira de Futebol, através de 12 perguntas destinadas a registrar seus interesses e sentimentos. Por conseguinte, a primeira pergunta foi sobre o sentimento do cuiabano em relação à cidade Cuiabá ser sede de uma Copa do Mundo de Futebol. As respostas indicaram que 46% sentiram-se satisfeitos; ao passo que 25 % afirmaram estar muito satisfeitos, apenas 20% ficaram insatisfeitos e 9% posicionaram-se indiferentes ao fato de Cuiabá ser uma entre as cidades-sede, conforme apresentado no Gráfico 9.

Gráfico 9 - Sentimento sobre Cuiabá ser cidade-sede da Copa do Pantanal



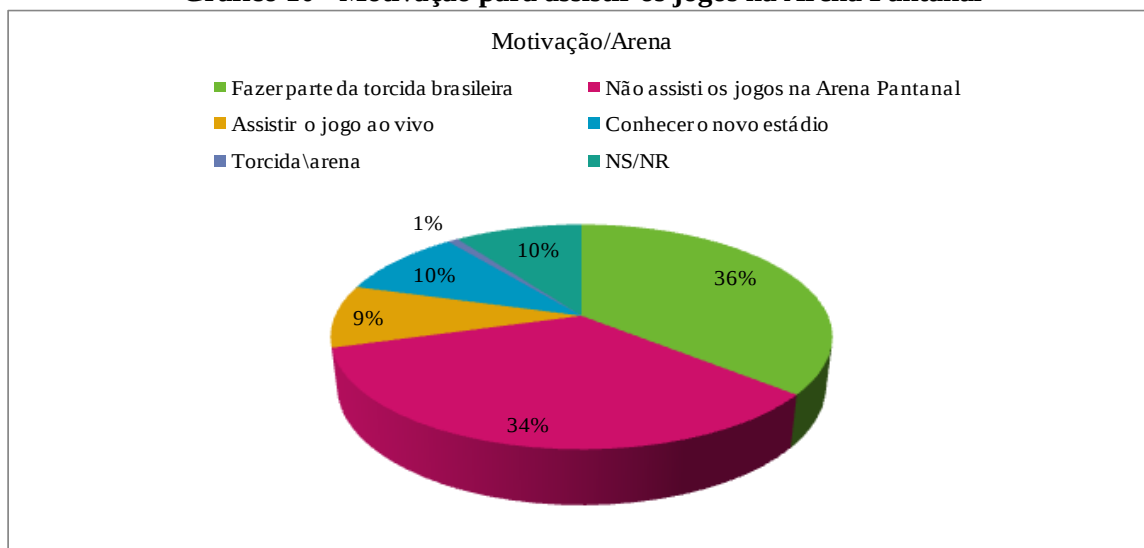
Fonte: Pesquisa de Campo – Junho de 2014 - Elaboração própria.

A maioria das respostas indicou sentimento de satisfação, contudo, é preciso destacar que esse sentimento de satisfação teve maior exacerbação durante a competição, pois, após a competição percebemos que o índice de insatisfação aumentou, em decorrência do atraso na entrega das obras de mobilidade urbana. Vale ressaltar que, após a Copa, Cuiabá não terminou seus projetos mais ousados de infraestrutura. Do pacote de intervenções prometidas para o evento, ainda se encontram vinte e duas (22) obras em andamento ou em flagrante atraso, sendo principal a obra de implantação do Veículo Leve sobre Trilhos (VLT).

O Instituto Vetor igualmente confirma essa prévia aceitação. Sua pesquisa constatou que 67% da população de Cuiabá consideraram a Copa do Mundo positiva para Cuiabá. E apontou que 42% disseram que iria passar vergonha, isso antes do início da competição. Após as quatro partidas realizadas, foi constatado que 60% dos entrevistados se sentiram orgulhosos por recepcionar a Copa no Brasil, contra 28% que acreditaram que o país passou vergonha. Importante registrar que essa mesma pesquisa indica que os turistas indicaram como grande legado a famosa hospitalidade cuiabana.

O que motivou o torcedor cuiabano a assistir partida na Arena do Futebol? Essa foi outra pergunta deste bloco apresentado no Gráfico 10, cujas respostas indicaram que 36% dos entrevistados foram ao estádio para fazer parte da torcida brasileira. O percentual de 20% revelou que foram movidos pela curiosidade em conhecer o novo estádio, e para assistir uma partida ao vivo.

Gráfico 10 - Motivação para assistir os jogos na Arena Pantanal



Fonte: Pesquisa de Campo – Junho de 2014 - Elaboração própria.

Em contrapartida, 34% disseram que não foram assistir ao jogo na Arena Pantanal. Apenas 1% respondeu que foi ao espaço esportivo para fazer parte da torcida e assistir jogo ao vivo, simultaneamente. Esse resultado revela-nos que grande maioria dos torcedores foram ao novo estádio para interagir com o grupo organizado da torcida, ou seja, que o importante era festejar e celebrar o evento esportivo.

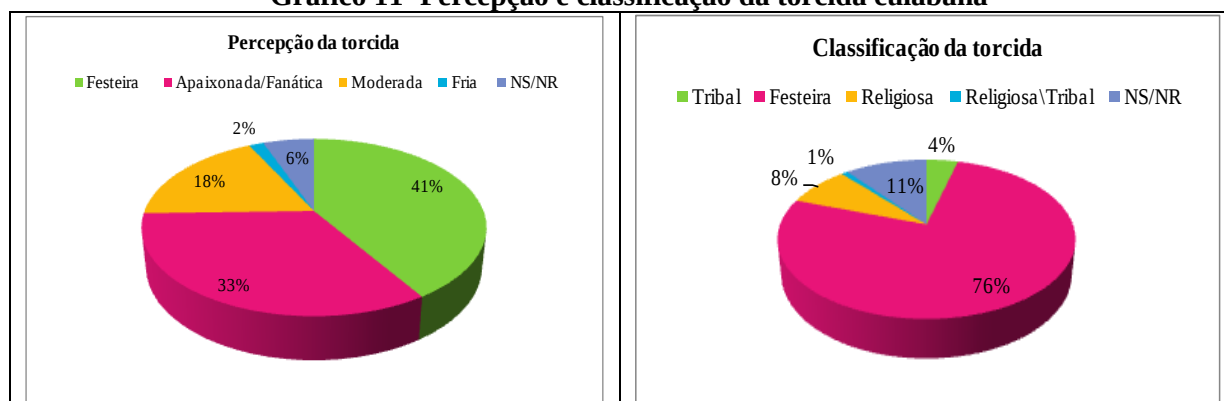
Outro dado que chama atenção é o número considerável de cuiabanos que optou por outros espaços de sociabilidade esportiva, não indo à Arena Pantanal. Correspondem tais informações aos números divulgados pela imprensa local, que estampou em manchete a quantidade de 32% da população mato-grossense como compradores de ingressos para assistir aos jogos da Copa de Futebol do Mundo no estádio.

Como frisamos anteriormente, tal fato deve-se ao alto valor cobrado nos ingressos. A nova arquitetura da Arena Pantanal foi planejada com divisões setoriais, em alas Sul, Norte, Oeste e Leste, com planos superior e inferior, ademais de áreas exclusivas denominadas “Vips”. Obviamente, quanto mais próximo o torcedor ficar do campo de jogo, mais caro terá que pagar.

Neste novo modelo, observamos segregação de espaços. Bandeira e Beck (2014) auxiliam-nos a compreender o conceito sobre “pedaço”, proposto por José Guilherme Magnani (1996) para pensar a relação do torcedor com os diferentes locais dos estádios. Segundo eles, os torcedores que frequentam os diferentes pedaços do estádio não o fazem apenas por possibilidades financeiras, implicando outras significações ou impossibilidades.

Ao interrogar o torcedor sobre sua percepção a respeito da torcida cuiabana nos dias dos jogos locais, o índice de 41% dos entrevistados viu-a como “festeira”, seguido de 33% que a percebem como “apaixonada”. No entanto, 18% declararam perceber a torcida como “moderada” e 2% considerou-a “fria ou desinteressada”. Não souberam responder, 6%.

No entanto, quando questionados sobre como classificariam a torcida cuiabana durante a Copa do Mundo, entre os entrevistados 76 % classificou-a como “festeira”, 8 % como “religiosa” e 4% como tribal. Contudo, afirmaram 11% não saber como classificar a torcida cuiabana, conforme apresentado no Gráfico 11. “Festeira, tribal e religiosa” são conceitos usados também pela mídia nacional, ao mapear o perfil do torcedor brasileiro, e que vimos apropriados para caracterizar o torcedor cuiabano.

Gráfico 11- Percepção e classificação da torcida cuiabana

Fonte: Pesquisa de Campo – Junho de 2014 - Elaboração própria.

Define-se por “torcida festeira” aquela em que o torcedor conecta-se com o futebol pelo seu caráter de espetáculo e celebração. A “religiosa” configura-se como aquela cuja conexão mais forte com o futebol faz-se pelo time do coração. “Tribal” é considerada a conexão entre torcida e futebol através da energia das arquibancadas. Tal resultado pode ser correlacionado, ainda, com campanha publicitária lançada pelo governo do estado de Mato grosso, antes e durante os jogos da Copa do Mundo, que reforça a identidade do cuiabano como festeiro, acolhedor e alegre.

Podemos, assim, dizer que o mito de idealizar o brasileiro por meio do futebol encontrou nas festas, durante as competições da FIFA, seu rito, ou seja, torcer pela Seleção Brasileira tornou-se ato festivo e de celebração da brasilidade. O que implica mudança da ordem normal do cotidiano, em função dos jogos do Mundial, e provoca uma “efervescência coletiva”, esta que nos dá a noção de identidade, amparados em Maffesoli (2014, p. 236), que afirma ser “no coletivo que todos se satisfazem, satisfação que por sua vez solidifica o bem-estar comum” (MAFFESOLI, 2014, p. 14).

Igualmente, o jornalista Felipe Mostaro (2013) argumenta que as festas populares, como o carnaval e outros momentos de efervescência (aqui, a Copa do Mundo) são espaços de invenção, no sentido de fazer vir, encontrar (*in-venire*) aquilo que existe, o que assegura uma função de comunhão pelo seu caráter de espetáculo. A pessoa encontra-se no grupo, então, através das festas, e se reconstrói através do outro, posto que a comunhão festiva tem caráter mais intenso por conta das interações sociais.

Caráter festivo também comentado por Franco Júnior (2007), para quem o futebol é festa, não uma festa qualquer, é festa arcaica, profundamente ritualizada, festa que envolve toda a sociedade, que cumpre o papel “exutório” para suas disfunções internas e externas, de

maneira que “Os códigos sociais e morais são reforçados ou quebrados na festa, quando se come, se bebe, se veste e estabelecem laços pessoais diferentemente das situações comuns” (FRANCO JÚNIOR, 2007, p. 246.).

Inegável o caráter festivo do futebol. Franco Júnior (2007) pondera que o fato do futebol ter sido inicialmente praticado apenas no inverno revela o traço cíclico inerente a toda festa. Traço que não desapareceu com a extensão da prática futebolística ao longo dos anos, e como toda festa, tem calendário próprio, em que se mesclam momentos emocionalmente fracos - em partidas de menor importância -, e momentos fortes como nos clássicos e nas partidas decisivas.

Dialogando com esses autores, nota-se que o futebol, no período da Copa do Mundo, tem seu caráter festivo largamente ampliado, levando-se em conta que o evento esportivo tem a dimensão espetacular, massiva e festiva. E o público, ou a torcida cuiabana, quer fazer parte desta festa e da celebração, pois para o torcedor, o importante é estar junto e participar da grande festividade que é o Mundial.

Na figura abaixo, apresenta-se uma foto de um outdoor da campanha publicitária do Governo do Estado de Mato Grosso que enfatiza a identidade festeira e alegre do cuiabano.

Imagem 3 - Campanha publicitária sobre a Copa do Pantanal 2014: “Somos todos festeiros”

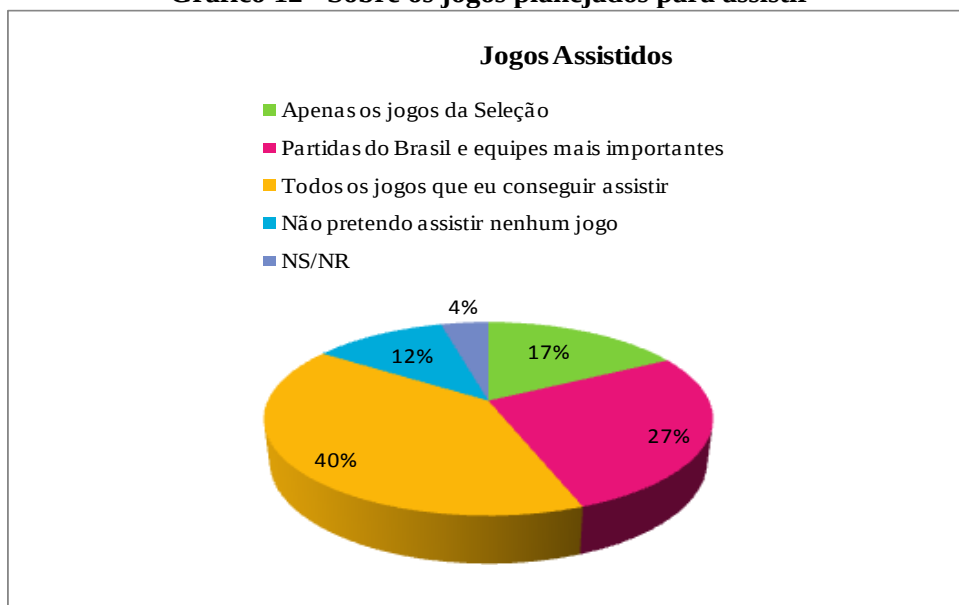


Fonte: Arquivo pessoal do autor - 2014

Com o fim de verificarmos o envolvimento entre o torcedor cuiabano e a Seleção Brasileira de Futebol, indagamos quais os jogos dos Mundiais de 2014 os sujeitos optaram por assistir. Assim, 40% dos entrevistados responderam que planejaram assistir todos os jogos

possíveis, contra 12% que manifestaram não haver planejado assistir nenhum jogo, conforme dados apresentados no Gráfico 12.

Gráfico 12 - Sobre os jogos planejados para assistir



Fonte: Pesquisa de Campo – Junho de 2014 - Elaboração própria.

A opção de assistir apenas aos jogos da Seleção Brasileira de Futebol foi declarada por 17% dos sujeitos, ao passo que a alternativa de assistir às partidas do Brasil, e das equipes mais importantes, foi manifestada por 27% dos entrevistados. Esse resultado revela que a maioria dos torcedores demonstra o vínculo afetivo não somente com a Seleção Brasileira, mas também com outros times estrangeiros que participam do Mundial.

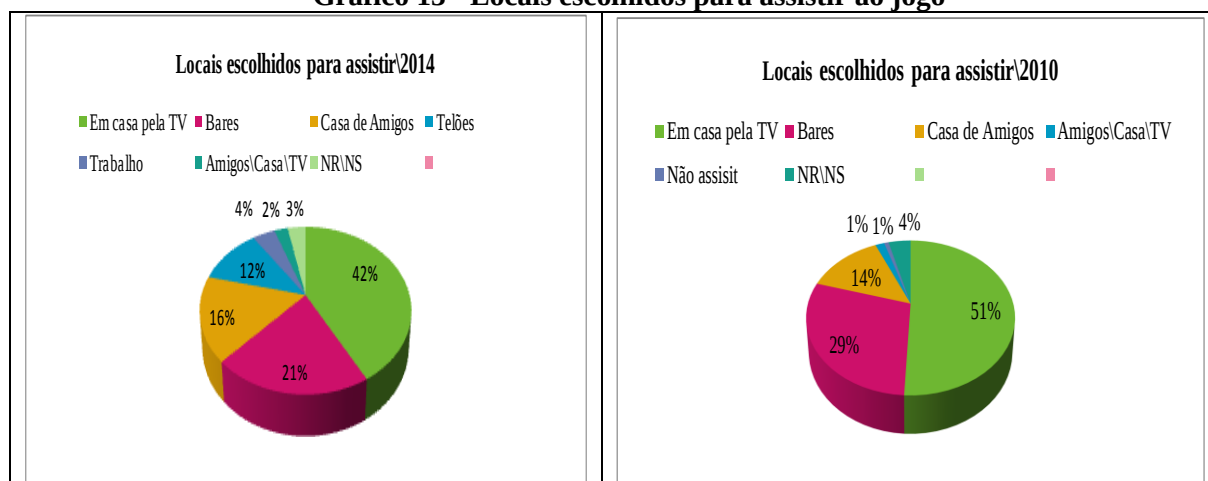
Esse vínculo com a Seleção Brasileira de Futebol reside no fato de os onze jogadores representarem simbolicamente a Nação. Hall (2014, p. 31) assente que as culturas nacionais são compostas não apenas por instituições culturais, mas também por símbolos e representações. Para este teórico cultural e sociólogo jamaicano, uma cultura nacional é um discurso, um modo de construir sentidos, que influencia e organiza nossas ações quanto à concepção de nós mesmos. Tais sentidos, para o autor, estão contidos nas histórias que são contadas sobre a nação, memórias que conectam presente e passado pelas imagens que são construídas.

A identidade nacional é comunidade imaginada, diz Benedict Anderson (2008), o que nos leva a inferir que a Seleção Brasileira representa a nação, não apenas um clube de futebol. Gastaldo (2001, p. 5) também revela que, em Copa do Mundo, as Seleções não são meros times de futebol, mas “seleções nacionais”, uma espécie de “encarnação simbólica” de cada

nação participante do evento. Assim sendo, a Copa do Mundo é muito mais que mero torneio de futebol, sendo a chance de colocar a própria nação em perspectiva, comparada com o resto do mundo.

Questionamos o torcedor, ainda, sobre o lugar em que o mesmo pretendia assistir ao jogo, conforme Gráfico13. Pela televisão foi opção marcada por 42% dos torcedores. Em casa de amigos foi declaração de 16% deles. Ir a bares ou restaurantes revelou a preferência de 21% dos entrevistados. Do total, apenas 12% disseram que veriam os jogos por telões instalados em área pública.

Gráfico 13 - Locais escolhidos para assistir ao jogo



Fonte: Pesquisa de Campo – Junho de 2014 - Elaboração própria.

A respeito da Copa do Mundo de 2010, perguntamos qual o local que haviam escolhido para assistir aos jogos, e liderou com 51% respostas pela preferência por ficar em casa e ver pela televisão. Como segunda opção, 29% disseram que foram a bares, e, como terceira opção, ir à casa de amigos foi marcado por 15% dos entrevistados.

Comparando os dados, observamos que as preferências dos torcedores, nos Mundiais de 2014 e 2010, traçam o perfil do torcedor fora do estádio, do torcedor de poltrona, ou seja, daquele mais midiático, o que corrobora estudos do antropólogo Gastaldo (2014 apud GALLAS, 2014) concluintes de que o futebol é hoje, para a maior parte das pessoas, um programa de televisão.

Por outro lado, forte argumentação é dada pela prática do alto preço dos ingressos, inviabilizando a entrada das classes populares no novo formato das arenas. Para Gastaldo (2014 apud GALLAS, 2014), o projeto global de transformação dos estádios aos moldes europeus, provoca alteração no modo como se torce, hoje, no Brasil. Implícita está uma

mensagem às ditas classes populares, ou seja, aos frequentadores de setores populares, aonde vai a maior parte dos torcedores: fiquem em seus lugares, assistindo pela televisão.

Gastaldo (2014 apud GALLAS, 2014) acrescenta ainda que, no estádio, o torcedor experimenta o compartilhar mesmo evento com milhares de outras pessoas, torna-se massa; enquanto que, em sua casa, assistindo pela televisão, tal fenômeno não ocorre, salvo em circunstâncias muito especiais, como no momento de um gol, por exemplo. Inegável essa relação do esporte com os meios de comunicação de massa e com o cotidiano dos sujeitos.

Em “A Janela de Vidro: esporte, televisão e educação física” o livre-docente Mauro Betti (1998, p. 68) ressalta já não ser possível referir-se ao esporte sem associá-lo aos meios de comunicação de massa, ou a mídia, dado que a fala é a forma mais importante, secundada por legenda e números.

A relação esporte-televisão vem alterando, progressivamente e rapidamente, a maneira como praticamos e percebemos o esporte. Elemento-chave nessa transformação foi a figura do espectador, esse indivíduo que está disposto a pagar para assistir uma competição esportiva, e assim financiar o sistema comercial do esporte. O esporte transformou-se num espetáculo modelado de forma a ser consumido por telespectadores que procuram um entretenimento excitante, e é parte cada vez maior da indústria do lazer, sendo fator decisivo para isso o papel desempenhado pela mídia, especialmente a televisão (BETTI, 1998, p.31).

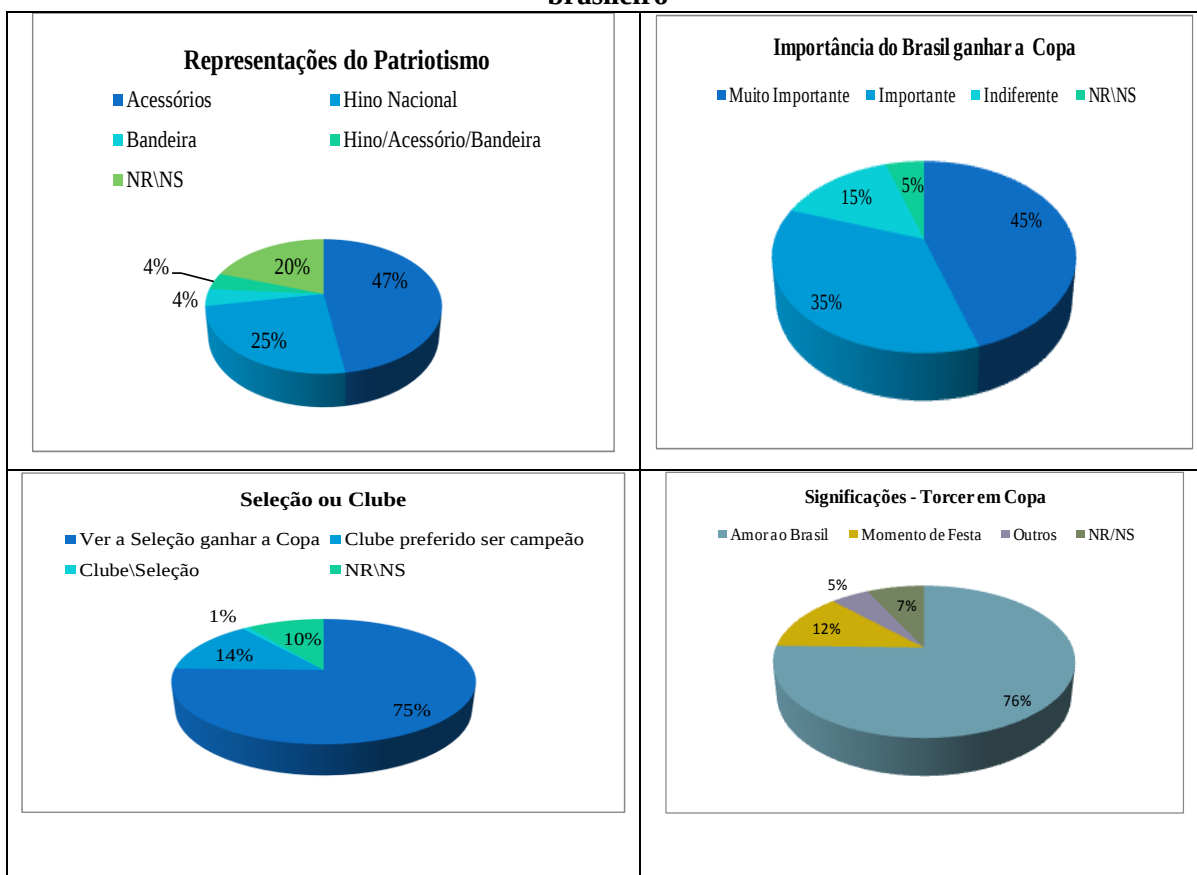
De acordo com Umberto Eco (1984 apud BETTI, 1998) diz que a “falação” resume essa relação entre esporte e televisão. Falação no sentido em que o esporte é apresentado em noticiários e programas esportivos, em “mesas redondas”, telejornais e reportagens especiais, ou em qualquer programa de televisão. Falação que cumpre algumas características básicas: informa e atualiza, cria expectativas, promete e critica. Por meio dessas funções, a falação garante continuidade e coerência do discurso sobre o esporte. Em consequência da expectativa criada, as polêmicas e as rivalidades, entre outros, move a programação televisiva que se estende no dia seguinte.

Para Bourdier (1997, p. 25), a televisão convida à dramatização, no duplo sentido: põe em cena imagética um acontecimento, e exagera-lhe a importância, a gravidade, e o caráter dramático e trágico.

De que forma o torcedor estimula seu patriotismo por ocasião dos jogos da Seleção Brasileira foi questão levantada e registrada conforme Gráfico 14. Entre os entrevistados, 47% afirmaram haver comprado acessórios identificadores das cores do Brasil, como forma de exercer o patriotismo. Outra forma apontada foi a de cantar o Hino Nacional, que corresponde

a 25%, seguida de 3% que compraram bandeiras. Com isso, ficam evidente latentes sentimentos do cuiabano para com a Seleção Brasileira.

Gráfico 14 - Importância de ganhar a Copa, representações de patriotismo e significações de ser brasileiro



Fonte: Pesquisa de Campo – Junho de 2014 - Elaboração própria.

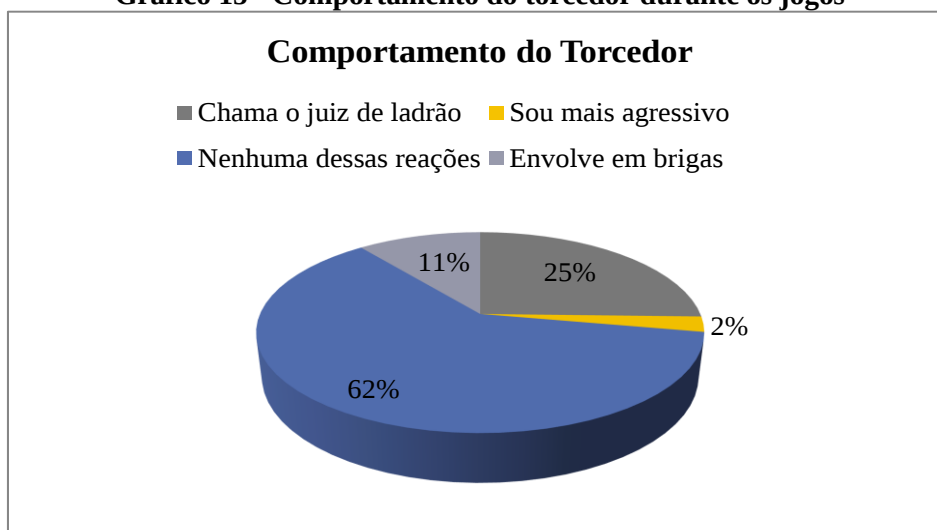
Mas, o que representa torcer pelo Brasil? Para essa questão, o sentimento de grande paixão foi demonstrado por 76%, ao passo em que 12% veem o evento apenas como momento de festa. Vitória é palavra importante nesta pesquisa. Assim, ao perguntarmos sobre a importância da vitória da Seleção Brasileira, ficou evidenciado que, para 80% das pessoas, o título é muito importante como expressão nacional. Apenas 15% posicionaram-se indiferentes à vitória.

Explorando ainda sobre o sentimento nacionalista do torcedor, questionamos sobre o que traria mais felicidade: ver a Seleção Brasileira de Futebol ganhar o Mundial ou ver seu clube preferido tornar-se campeão brasileiro? A primeira alternativa foi escolhida por 75%, seguida de ver o seu clube ser campeão, por 14%.

Para os cuiabanos, as vitórias da Seleção têm mais valor do que as do clube, revelando ser a Seleção Brasileira de Futebol paixão nacional no imaginário deste grupo de torcedores. Entretanto, tais dados diferem-se daqueles apontados por pesquisa (ANDAKI JUNIOR, 2013), realizada em Viçosa (MG), durante o período da Copa do Mundo na África do Sul, em 2010. Neles, os torcedores mineiros têm maior vínculo afetivo pelo clube, contrariando o discurso nacionalista da mídia. Diferem igualmente de pesquisa nacional sobre o perfil do torcedor brasileiro, segundo o historiador Hilário Franco Junior (2007, p. 205). Nossa sondagem sobre o perfil do torcedor brasileiro indicou que aproximadamente 57% deles sentem mais as alegrias e as tristezas ante seus clubes do que ante a Seleção Nacional.

Sobre essa relação do torcedor com a Copa do Mundo, pode-se dizer ainda que o torcedor cuiabano sente a Seleção Brasileira como paixão nacional. Nesse sentido, parafraseando Ronaldo Helal e Álvaro do Cabo (2014), no período das Copas uma catarse coletiva parece atingir países com o Brasil, onde o futebol é representativo. Conforme Helal e Cabo (2014, p. 31), mesmo como todo processo de globalização e possível esmaecimento de identificação com a Seleção nas últimas Copas, no período dos torneios essas comunidades imaginadas parecem ressurgir das cinzas, qual Fênix.

Gráfico 15 - Comportamento do torcedor durante os jogos



Fonte: Pesquisa de Campo – Junho de 2014 - Elaboração própria.

Por último, como fechamento dos blocos de perguntas por nós elaboradas, o comportamento do torcedor foi investigado, conforme apresentado no Gráfico 15. Indagamos, então: - Quando você está torcendo pela Seleção, como se comporta? O resultado mostra uma maioria pacífica, dado que 62% responderam não falar palavrões nem serem agressivos

quando em espaços esportivos. Apenas 25% disseram que chamam o juiz de campo “de ladrão”, e 11% envolveram-se em brigas com torcida adversária. Apenas 3% declararam ter comportamento mais agressivo em eventos esportivos.

Os números indicam um perfil de torcida pacificadora, portanto não violenta, como acontece em cidades com tradição em futebol. Segundo informações apuradas pela Federação de Futebol Mato-Grossense de Futebol (FMF), em Cuiabá não há registros policiais de brigas envolvendo sujeitos de torcida organizada e, quando surgem tais ocorrências, as mesmas se manifestam após Copa, e envolvem torcidas organizadas.

A Copa do Mundo de Futebol é evento de disputa entre equipes que representam comunidades nacionais, associadas aos Estados modernos, e não a clubes. Segundo Damo (2006), as regras do jogo são as mesmas, a forma de organização das disputas muito parecida, e os esportistas são conhecidos dos torcedores, modificando-se apenas clubismo por nacionalismo.

Nesta perspectiva, ainda em Damo (2006), ao invés de adesão por sedução e coação parental, tem-se a adesão por nascimento. A intensidade das hostilidades diminui, pois os adversários estão distantes e, quase sempre, falam outro idioma. Além disso, prevalece a harmonia e a descontração em detrimento do público predominante masculino e de seu vocabulário agressivo; é a nação-Estado em campo, local em que mulheres e crianças são integradas às discussões, aos ritos e festividades. Muda-se o público, os referenciais e apresenta-se, em consequência, outro sistema simbólico.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Cartografias coletivas: o torcedor cuiabano e a sua relação com a Seleção Brasileira de Futebol, esta dissertação, percorreu caminhos que mapearam, ante o ineditismo de ser a capital mato-grossense, Cuiabá, uma entre as sedes da Copa Mundial de Futebol de 2014, o perfil dos torcedores cuiabanos durante o evento. Assim como, especificamente, estudamos a sua relação com a Seleção Brasileira de Futebol e os clubes a que são aficionados, tendo-se por constructos teóricos vieses antropológicos e sociológicos.

Considerando que o *futebol* forma parte do sistema simbólico cultural, principalmente no que tange ao gosto brasileiro por essa prática esportiva, mapear suas práticas exigiu-nos aplicar métodos qualitativos e quantitativos, pois através do primeiro pudemos interpretar os dados levantados por meio de aplicação de pesquisa *Survey*, constituinte do segundo método e realizado via questionários e entrevistas semiestruturadas.

Por outro lado, também, importante se fez o amparo em conceitos de Tribo, Clubismo e Torcidas, através dos autores Maffesoli, Damo e Toledo, respectivamente. Igualmente, a breve perspectiva histórica sobre as Copas Mundiais e a conceituação de Futebol enquanto espetáculo, imprescindíveis para o entrecruzamento com os dados, levantados através de amostra aleatória simples, cujo objetivo foi o de conhecer, caracterizar e identificar o torcedor.

Do resultado da pesquisa foi observado, por exemplo, que aquele torcedor que antes se achava desvinculado da prática de ir ao estádio de futebol, sentiu-se estimulado a frequentá-lo, em sua maioria para torcer propriamente, outros movidos pela curiosidade em conhecer a nova arquitetura. Entretanto, moderada foi essa frequência, apontada pelo envolvimento com representações futebolísticas, clubismo local e ou nacional.

Outro fator que influenciou a frequência (ou a não frequência) foi a política de preços adotada pela FIFA – Federação Internacional de Futebol -, uma vez que o alto valor dos ingressos espantou grande parte da torcida de menor renda e escolarização; estes que preferiram ocupar espaços públicos como o parque Fan Fest, atraídos também pelos shows musicais que se alternavam. Convém atentar para outro grande fator que pode ter levado à preferência pelo Fan Fest: através dos telões podia-se assistir aos jogos da Seleção Brasileira, ao passo que na Arena Pantanal aconteceram jogos de várias Seleções, exceto a nossa.

Ainda assim, vale considerar que, implícita aos fatores renda e escolarização, encontra-se a questão do contraste entre espaços formados pelo estádio Arena Pantanal e o

parque Fan Fest. Enquanto no primeiro havia forte esquema de segurança e as exacerbações poderiam ser facilmente intimidadas, somado ao fato de que lá, no estádio, ora se está sentado ora se está em pé, em grupos tribais.

Diferentemente, no parque, de ampla área de lazer, o deslocamento pareceu mais livre, como mais ir e vir, podendo-se dançar (principalmente em rodas microgrupais) e deslocar-se a qualquer instante, configurando a *errância*, via sucessões de experiências fortes, ainda que o esquema de segurança fosse equivalente ao do estádio para se evitar violências físicas.

Outro contraste levantado pelos dados refere-se ao público frequentador dos espaços supracitados: na Arena Pantanal, pessoas de ambos os sexos apresentaram tendência ao gosto pela comodidade do espaço, com assentos distribuídos em setores, segundo a condição financeira do torcedor, de maneira que muitos levaram suas famílias, constituídas também por crianças e idosos. São as tribos com seus clãs. Obviamente, foi considerada a elitização do espaço público que oferece leituras sobre questões sociais mais profundas, talvez em estudo mais criterioso sobre essa estratégia. No Fan Fest, por outro lado, foram os jovens que “tomaram conta do pedaço”, segundo se constatou, cada qual com seu microgrupo que, no espaço total, juntou-se à maioria para formar a grande neotribo torcedora.

Festeiros, todos eles. Seja na Arena Pantanal ou no Fan Fest. Essa foi a constatação que permitiu classificar a torcida cuiabana; esta que se entrega também às festas populares de santos, de comunidades ribeirinhas, que se junta na beira do rio para pescar e se refrescar, e que manifesta seu jeito festivo de ser através da torcida futebolística também. Festividade pelo encontro, pela troca simbólica, pela falação em que podem criar expectativas, comentar os jogos, atualizar os gritos e cantos de “guerra”, improvisar novas maneiras de manifestar o nacionalismo, atualizar o “visual” através de suas roupas e acessórios, e até, porque não, aprender a cantar pela primeira vez o Hino Nacional, estimulado pelo clima de festa tribal.

Dentro desse clima de festa, ainda que prevaleça o senso comum de que o futebol se relaciona mais ao homem do que à mulher, como aponta este estudo, são as práticas cotidianas de manifestação cultural que vão se modificando. Se a maioria (60%) relaciona futebol com lazer e entretenimento, obviamente as mulheres são atraídas, ainda que o intuito de torcer seja, às vezes, tímido; e o gosto pelo futebol vai achando brechas para conquistar as torcedoras que, muitas vezes, passam a assistir jogos com mais dedicação e interesse. Espetáculos como os jogos da Copa Mundial são ímpares, e poder participar *in loco* estimula esses novos hábitos.

Acima foi mencionado que a Seleção Brasileira de Futebol não veio a Cuiabá, sendo os seus jogos transmitidos via satélite e vistos nas casas pela televisão, ou no Fan Fest, bares, restaurantes e outros espaços públicos via telões. Há um intenso envolvimento da torcida cuiabana com a Seleção Brasileira de Futebol. Ainda que o estádio Arena Pantanal tenha esgotado a venda dos ingressos para todos os jogos, de outras Seleções, foi pelo espaço público e pelas casas que grande maioria optou.

Ver a Seleção Canarinho entrar em campo, ainda que virtualmente, indica o reforço do sentimento nacionalista e o desejo de torcer pelos jogadores representativos da cultura nacional, encarnação simbólica da comunidade imaginada. Tanto que os dados indicam que em sua maioria os torcedores disseram que assistiriam a “todos os jogos da Seleção Brasileira, se conseguissem”.

A festiva torcida cuiabana se une e constrói o laço coletivo da tribo, compartilhando emoções, sensações e reações. A tribo festiva, com vestimentas verde-amarelas e caras pintadas, vai ensaiando gestos, consolidando costumes locais e demarcando locais de manifestações, sejam eles pagos ou gratuitos, pois o melhor da festa é o compartilhar, nessa relação em que o Outro provoca no Eu o sentimento de pertencer, de interpretar o ser brasileiro, de ver nos jogadores em campo seus membros tribais, esses atores sociais e esportivos protagonistas da grande festa que é a Copa Mundial. Especificamente, dos jogadores da Seleção Brasileira de Futebol.

O trágico festivo de Maffesoli (2014)! Trágico de intensidade dos papéis de torcedor e jogador da Seleção Brasileira. Torcedor que pode escolher entre ir ao estádio Arena Pantanal para ver outras Seleções ou, virtualmente, ver e sofrer ante cada esboço estético vindo de dribles, passes, construção de jogadas e esquemas. Dessa estética que vai desenhando o sentir comum, o laço coletivo.

Trágico porque a derrota é como a morte ao final da festa. Trágico como a luz que se apaga ao fim da festa. E acabar com a festa é mexer no totem que é o futebol. É deslocar o sentimento de pertencimento da tribo. É reorganizar a bagunça deixada e preparar os corações e as expectativas para tudo recomeçar, em 2018, quando as cortinas verdes do grande palco futebolístico se reabrem para lá estarmos, novamente, e novamente, e novamente.

REFERÊNCIAS

ALABARCES, Pablo. Cidadania e narrativas nacionais do futebol argentino contemporâneo. **Eco-Pós**, Rio de Janeiro, v. 5, n. 1, p. 27-36, 2002. Disponível em: <https://revistas.ufrj.br/index.php/eco_pos/article/view/1154/109>. Acesso em: 10 nov. 2014.

ANDAKI JUNIOR, Roberto et al. O torcedor e a seleção brasileira de futebol. **EFDeportes.com**, Buenos Aires, v. 18, n. 184, set. 2013. Disponível em: <<http://www.efdeportes.com/efd184/o-torcedor-e-a-selecao-brasileira-de-futebol.htm>>. Acesso em: 18 abr. 2015.

ANDERSON, Benedict. **Comunidades imaginadas**: reflexões sobre a origem e a difusão do nacionalismo. Tradução Denise Bottman. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.

BANDEIRA, Gustavo Andrada; BECK, Matheus Passos. As novas arenas e as emoções dos torcedores dos velhos estádios. **Esporte e Sociedade**, v. 9, n. 23, mar. 2014. Disponível em: <<http://www.uff.br/esportesociedade/pdf/es2302.pdf>>. Acesso em: 10 nov. 2014.

BETTI, Mauro. **A janela de vidro**: esporte, televisão e educação física. Campinas: Papirus, 1998.

BITENCOURT, Fernando Gonçalves. Esboço sobre algumas implicações do futebol e da Copa do Mundo para o Brasil: identidade e ritos de autoridade. **Revista Brasileira de Ciências do Esporte**, Campinas, v. 30, n. 3, p. 173-189, maio 2009. Disponível em: <<http://revista.cbce.org.br/index.php/RBCE/article/view/541>>. Acesso em: 23 abr. 2014.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Tradução Maria Lúcia Machado. Rio de Janeiro: J. Zahar, 1997.

BRASIL. Congresso Nacional. Lei nº. 10.671, de 15 de maio de 2003. Dispõe sobre o estatuto de defesa do torcedor e dá outras providências. **Câmara dos Deputados – Legislação**, Brasília, maio 2003. Disponível em: <<http://www2.camara.leg.br/legin/fed/lei/2003/lei-10671-15-maio-2003-496694-norma-pl.html>>. Acesso em: 12 jul. 2014.

CAMPOS, Flávio de; TOLEDO, Luiz Henrique de. O Brasil na arquibancada: notas sobre a sociabilidade torcedora. **Revista USP**, São Paulo, n. 99, p. 123-138, set./nov. 2013. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/revusp/article/view/76307>>. Acesso em: 12 out. 2014.

CERTEAU, Michel. **A invenção do cotidiano**: artes de fazer. 12. ed. Tradução de Ephraim Ferreira Alves. Petrópolis: Vozes, 1994.

CINTRA SOBRINHO, David. **Alma do espetáculo ou público pagante?**: uma análise culturológica sobre as representações do torcedor de futebol na mídia esportiva impressa. 2005. 234 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Faculdade de Arquitetura, Artes e

Comunicação, Universidade Estadual Paulista, Bauru, 2005. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/11449/89398>>. Acesso em: 23 abr. 2014.

CABO, Álvaro do; HELAL, Ronaldo. Copas do Mundo: o que elas nos ensinam sobre o Brasil. In: HELAL, Ronaldo; CABO, Álvaro do (Org.). **Copas do Mundo: comunicação e identidade cultural no país do futebol**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2014. p. 13-36.

DAMATTA, Roberto. **A bola corre mais que os homens: duas copas: treze crônicas e três ensaios de futebol**. Rio de Janeiro: Rocco, 2006.

_____. (Org.). Esporte na sociedade: um ensaio sobre o futebol brasileiro. In: DAMATTA, Roberto et al. **Universo do futebol: esporte e sociedade brasileira**. Rio de Janeiro: Pinakotheke, 1982. cap. 1, p. 19-42.

DAMO, Arlei Sander. **Do dom à profissão: a formação de futebolista no Brasil e na França**. São Paulo: Aderaldo & Rothschild, ANPOCS, 2007.

_____. O ethos capitalista e o espírito das copas. In: GASTALDO, Édison Luis; GUEDES, Simoni Lahud (Org.). **Nações em campo: Copa do Mundo e identidade nacional**. Niterói: Intertexto, 2006. p. 39-72.

_____. **Para o que der e vier: o pertencimento clubístico no futebol brasileiro a partir do Grêmio Foot-Ball Porto Alegrense e seus torcedores**. 1998. 247 f. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 1998.

ELIAS, Norbert; DUNNING, Eric. **A busca da excitação**. Lisboa: Difel, 1985.

FRANCO JÚNIOR, Hilário. **A dança dos deuses: futebol, sociedade e cultura**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

GALEANO, Eduardo. **Futebol ao sol e a sombra**. Tradução de Eric Nepumoceno e Maria do Carmo Brito. 3. ed. Porto Alegre: L&PM, 2008.

GALLAS, Luciano. Uma Copa para assistir pela televisão: Édison Gastaldo analisa o processo de aburguesamento do estádio de futebol no Brasil. **IHU – On-line**, ano 14, n. 445, jun. 2014. Disponível em: <http://www.ihuonline.unisinos.br/index.php?option=com_content&view=article&id=5527&secao=445>. Acesso em: 23 jan. 2015.

GASTALDO, Édison Luis. Futebol, mídia e interações sociais entre torcedores no Brasil: um estudo etnográfico. **Razón y Palabra**, México, v. 14, n. 69, jul./set. 2009. Disponível em: <<http://www.razonypalabra.org.mx/N/n69/index.html>>. Acesso em: 7 mar. 2014.

_____. **A nação e o anúncio:** a representação do “brasileiro” na publicidade da Copa do Mundo. Tese (Doutorado em Multimeios) – Instituto de Artes, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2000.

_____. Futebol, mídia e sociabilidade: uma experiência etnográfica. **Cadernos IHU Idéias**, São Leopoldo, ano 3, n. 43, p. 1-13, 2005. Disponível em: <http://www.ludopedio.com.br/v2/content/uploads/053031_Gastaldo_Futebol,%20midia%20e%20sociabilidade.pdf>. Acesso em: 20 ago. 2015.

_____. Notas sobre um país em transe: mídia e a Copa do Mundo no Brasil. **Motrivivência**, Curitiba, n. 17, 2001. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/motrivivencia/article/view/5925>>. Acesso em: 16 jul. 2014.

_____. Os campeões do século: notas sobre a definição da situação no futebol mediatizado. In: GASTALDO, Édison Luis; GUEDES, Simoni Lahud (Org.). **Nações em campo:** Copa do Mundo e identidade nacional. Niterói: Intertexto, 2006. p. 15-38.

_____. **Pátria, chuteiras e propaganda:** o brasileiro na publicidade da Copa do Mundo. São Paulo: Annablume; São Leopoldo: Unisinos, 2002.

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas.** Rio de Janeiro: LTC, 2008.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** 6. ed. São Paulo: Atlas, 2014.

GIULIANOTTI, Richard. **Sociologia do futebol:** dimensões históricas e socioculturais do esporte das multidões. Tradução de Wanda Nogueira Caldeira Brant e Marcelo de Oliveira Nunes. São Paulo: Nova Alexandria, 2010.

GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana.** Tradução de Maria Célia Santos Raposo. 19. ed. Petrópolis: Vozes, 2013.

GUEDES, Simoni Lahud. O Brasil nas Copas do Mundo: tempo suspenso e história. In: REUNIÃO BRASILEIRA DE ANTROPOLOGIA, 23., 2002, Gramado. **Anais...** Gramado: Unisinos, 2006.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade.** Tradução Tomaz Tadeu da Silva e Guacira Lopes Louro. Rio de Janeiro: Lamparina, 2014.

HELAL, Ronaldo. Esporte, indústria cultural e teoria da comunicação. In: MEMÓRIAS DO CONGRESSO MUNDIAL DE EDUCAÇÃO FÍSICA – AIESEP, 1., 1997, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: Universidade Gama Filho, 1998. Disponível em: <<https://comunicacaoesporte.files.wordpress.com/2010/10/esporte-ind-cultural-e-teoria-da-com.pdf>>. Acesso em: 16 set. 2014.

_____. Futebol e comunicação: a consolidação do campo acadêmico no Brasil. **Comunicação, Mídia e Consumo**, São Paulo, ano 8, v. 8, n. 21, p. 11-37, mar. 2011. Disponível em: <<http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/viewFile/208/205>>. Acesso em: 26 dez. 2014.

_____. **O que é sociologia do esporte**. São Paulo: Brasiliense, 1990. (Coleção Primeiros passos, 235).

HOBSBAWN, Eric. **A era dos extremos: o breve século XX: 1941-1991**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

HRYNIEWICZ, Romeiro Roberto. **Torcida de futebol: adesão, alienação, violência**. 2008. 167 f. Dissertação (Mestrado em Psicologia) - Instituto de Psicologia, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2008. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/47/47131/tde-03062008-165136/pt-br.php>>. Acesso em: 15 out. 2014.

IANNI, Octávio. **A era da globalismo**. 12. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2014.

JAHNECKA, L. **O jeito Xavante de torcer: formação de memórias em uma torcida de futebol**. 2010. 75 f. Dissertação (Mestrado em Educação em Ciências) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2010. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/26060>>. Acesso em: 21 abr. 2014.

KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia: estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno**. Tradução Ivone Castilho Benedetti. Bauru: EDUSC, 2001.

MAFFESOLI, Michel. **À sombra de Dionísio**. Porto Alegre: Zouk, 2005.

_____. **O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa**. Tradução Maria de Lourdes Menezes. 5. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2014.

_____. **Sobre o nomadismo: vagabundagens pós-modernas**. Tradução de Marcos de Castro. Rio de Janeiro: Record, 2001.

MAGNANI, José Guilherme Cantor. **Festa no pedaço: cultura e lazer na cidade**. São Paulo: Hucitec, 1984.

_____. Quando o campo é a cidade: fazendo antropologia na metrópole. In: MAGNANI, José Guilherme Cantor; TORRES, Lilian de Lucca (Org.). **Na metrópole: textos de antropologia urbana**. São Paulo: EDUSP: FAPESP, 1996. p. 12-53.

MALAIÁ, João M. C. Torcer, torcedores, torcedoras, torcida (bras.): 1910-1950. In: HOLLANDA, Bernardo Borges Buarque de et al. **A torcida brasileira**. Rio de Janeiro: 7 Letras, 2012. (Coleção Visão de campo).

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MARIN, Elizara Carolina. O ofício da pesquisa: processos do fazer. In: MALDONADO, Alberto Efendy. **Metodologias de pesquisa em comunicação: olhares, trilhas e processo**. Porto Alegre: Sulina, 2006.

MARTINS, Gilberto de Andrade; THÉOPHILO, Carlos Renato. **Metodologia da investigação científica para ciências sociais aplicadas**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século XX**: volume 1 – neurose: o espírito do tempo. Tradução de Mauro Ribeiro Sardinha. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997.

MOSTARO, Filipe. A imprensa e a Copa do Mundo como festa da nação. **Contemporânea**, ed. 22, v. 11, n. 2, 2013. Disponível em: <<http://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/contemporanea/article/viewFile/7254/6336>>. Acesso em: 11 ago. 2014.

OLIVEIRA, Maria Marly de. **Como fazer pesquisa qualitativa**. 6. ed. Petrópolis: Vozes, 2014.

PARIZOT, Isabelle. A pesquisa por questionário. In: PAUGAM, Serge (Coord.). **A pesquisa sociológica**. Tradução de Francisco Morás. Petrópolis: Vozes, 2015.

PRADO, Decio de Almeida. Tempo (e es)paço no futebol. **Revista USP – Dossiê Futebol**, São Paulo, n. 22, p. 18-26, jun./ago. 1994.

REIS, Heloísa Helena Baldy dos. **Futebol e sociedade**: as manifestações da torcida. Tese (Doutorado em Educação Física) – Faculdade de Educação Física, Universidade Estadual de Campinas, São Paulo, 1998. Disponível em: <<http://www.bibliotecadigital.unicamp.br/document/?code=vtls000131740&fd=y>>. Acesso em: 23 abr. 2015.

RODRIGUES, Francisco Xavier Freire. **A formação do jogador de futebol no Sport Club Internacional**. Jundiaí: Paco Editorial, 2015a.

_____. Análise preliminar sobre os impactos e legados da Copa do Mundo 2014 no futebol profissional de Mato Grosso. In: SEMINÁRIO NACIONAL SOCIOLOGIA & POLÍTICA, 6., 2015, Curitiba. **Anais...** Curitiba: UFPR, 2015b. Disponível em: <http://www.e-democracia.com.br/sociologia/anais_2015/pdf/AMTE.pdf>. Acesso em: 30 ago. 2015.

SANTOS, Tarciane Cajueiro. **Dos espetáculos de massas às torcidas organizadas: paixão, rito e magia no futebol**. São Paulo: AnnaBlume, 2004.

SODRÉ, Muniz. **O monopólio da fala**: função e linguagem da televisão no Brasil. 5. ed. Petrópolis: Vozes, 1989.

SPÖRL, Martin Christoph Curi. **Espaços da emoção**: arquitetura futebolística, torcida e segurança pública. 2012. 317 f. Tese (Doutorado em Antropologia) – Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2012. Disponível em: <http://www.uff.br/ppga/wp-content/uploads/2013/06/ESPA%C3%87OS-DA-EMO%C3%87%C3%83O_Martin-Cristoph-Curi-Sp%C3%B6rl.pdf>. Acesso em: 23 nov. 2014.

TOLEDO, Luiz Henrique de. A cidade das torcidas representações do espaço urbano entre os torcedores e torcidas de futebol na cidade de São Paulo. In: MAGNANI, José Guilherme Cantor; TORRES, Lilian de Lucca (Org.). **Na metrópole**: textos de antropologia urbana. São Paulo: EDUSP: FAPESP, 1996. p. 124-155.

_____. Identidades e conflitos em campo: a guerra do Pacaembu. **Revista USP**, São Paulo, v. 32, p. 108-117, dez./fev. 1996-1997. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/revusp/article/view/26035/27764>>. Acesso em: 16 set. 2015.

_____. Torcer: a metafísica do homem comum. **Revista de História**, São Paulo, n. 163, p. 175-189, jul./dez. 2010. Disponível em: <http://revhistoria.usp.br/images/stories/revistas/163/RH_163_-_08_-_Luiz_Henrique_de_Toledo.pdf>. Acesso em: 14 out. 2014.

_____. **Torcidas organizadas de futebol**. Campinas: Autores Associados, 1996.

TRIVIÑOS, Augusto Nivaldo Silva. **Introdução à pesquisa em ciências sociais**: a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas, 2013.

VASCONCELOS, Artur Alves de. **Identidade futebolística**: os torcedores “Mistos” no Nordeste. 2011. 90 f. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Departamento de Ciências Sociais, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2011. Disponível em: <<http://www.repositorio.ufc.br/handle/riufc/6377>>. Acesso em: 5 abr. 2014.

WISNISK, José Miguel. **Veneno remédio**: o futebol e o Brasil. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.

APÊNDICE A - Questionário – Copa do Mundo Junho/2014



UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO
INSTITUTO DE LINGUAGENS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
ESTUDOS DE CULTURA CONTEMPORÂNEA
MESTRANDA: LAIRCE ALELUIA DE CAMPOS
ORIENTADOR: FRANCISCO XAVIER FREIRE RODRIGUES

“Bom Dia! (Tarde/Noite). Meu nome é Lairce, sou mestranda da UFMT, e estou realizando uma pesquisa para traçar o perfil do torcedor cuiabano, e a sua relação com a Seleção Brasileira de Futebol. O (a) senhor (a) poderia responder o questionário?”

QUESTÕES:

P1. Sexo (anotar sem perguntar): 1 – Masculino 2 – Feminino

P2.Qual a sua idade?

1 – De 16 e 17 anos	3 – De 25 a 34 anos	5 – De 45 a 59 anos
2 – De 18 a 24 anos	4 – De 35 a 44 anos	6 – Mais de 60 anos

1 - Até a 4ª série 2 - De 5ª a 8ª série 3 - Ensino Médio (2º grau) 4 – Superior ou +

1 – Até 01 SM	3 -Mais de 04 até 10 SM	5 – Mais de 20 SM
2 – Mais de 01 até 04 SM	4 -Mais de 10 até 20 SM	6 – NS/NR

- 1 – Vejo apenas de vez em quando, apesar de gostar muito.
- 2 – Gosto muito, mas não o vivo intensamente.
- 3 – Muito intensa, quero saber tudo sobre o futebol.
- 4 – Sou fascinado pelo futebol.
- 5 – Assistio, mas não sou fanático.
- 6 – Não gosto de futebol.
- 7 – NS/NR

1-Lazer/diversão.

2- Entretenimento/passatempo.

3 – Disputa/competição.

4 – Emoção.

5 – Festa.

6 – Patriotismo.

7 - NS/NR.

=====

P7. Você torce ou identifica-se com algum time de futebol? Caso afirmativo, qual?

1 - Não

3 – NS/NR

2 - Sim. Qual? _____

=====

P8. Em Mato Grosso, você torce por algum time local? Caso afirmativo, qual?

1 - Não

3 – NS/NR

2 Sim. Qual? _____

=====

P9. Onde busca informações sobre futebol ou sobre seu time favorito?

1- Jornal

4 -Internet

7 - NS/NR

2 - TV

5 -Amigos e familiares

3 - Rádio

6 -Não busco informações

=====

P10. Como você se sente em relação à Cuiabá ser sede de uma Copa do Mundo?

1 - Muito satisfeito

4 -Totalmente insatisfeito

7 - NS/NR

2 - Satisfeito

5- Desanimado

3 -Não muito satisfeito

6 - Indiferente

=====

P11. O que influenciou você a assistir aos jogos na Arena Pantanal?

1 - Fazer parte da torcida brasileira

5 -Não assisti aos jogos na Arena Pantanal

2 - Assistir ao jogo ao vivo

6 – Outros: _____

3 - Participar da festa e vibração da torcida

7 - NS/NR

4 - Conhecer o novo estádio

=====

P12. Como você percebe a reação da torcida cuiabana quando a Seleção Brasileira está jogando?

1 - Fria

4 - Apaixonada

7 -NS/NR

2 - Moderada

5 - Fanática

3 - Festiva

6 - Desinteressada

=====

P13. Como você classificaria a conexão da torcida cuiabana durante a Copa do Mundo?

1 - Religiosa (Sua conexão mais forte com o futebol se dá pelo time do coração)

2 - Tribal (Sua conexão mais forte se dá pela energia das arquibancadas)

3 -Festeira (Sua conexão mais forte se dá pelo caráter espetáculo e celebrativo do futebol)

4 - Outros: _____

5 - NS/NR

=====

P14. Quais os jogos você planeja assistir durante a Copa?

1 - Apenas aos jogos da seleção brasileira

2-Somente às partidas do Brasil e das equipes mais importantes

3- Todos os jogos que eu conseguir assistir

4 - Não pretendo assistir a nenhum jogo

5 - NS/NR

=====

P15. Onde você pretende torcer? 1 - Em casa pela TV

2 - Em um bar ou restaurante

3 - Através dos telões, que serão instalados em áreas públicas

4 - No meu local de trabalho

5 - Na casa de amigos

6-NS/NR

=====

P16. Você vai assistir a algum jogo no Fan Fest da Fifa?

1 - Sim, uma ou mais partidas.

2 - Sim, para fugir da superlotação do estádio

3 - Não

4 - NS/NR

=====

P17. Na última Copa do Mundo (2010), onde você assistiu aos jogos da Seleção Brasileira?

1 - Em casa

2 - No bar

3 - Em Praça

4 - Casa de amigos

5 -Outros: _____

6 - NS/NR

=====

P18. Como você estimula seu patriotismo, quando há jogos da Seleção Brasileira?

1 -Canto Hino Nacional

2 - Compro algum acessório que identifica as cores do Brasileiro

3 - Compro a Bandeira do Brasil

4 - Nenhum

5 – Outros: _____

6 – NS/NR

=====

P19. Para você, a vitória da Seleção brasileira é:

1 - Muito importante

2 - Importante

3 - Nada importante

4 - indiferente

5 - NS/NR

=====

P20. O que lhe traria mais felicidade: ver a Seleção Brasileira ganhar a Copa, ou seu clube preferido tornar-se Campeão Brasileiro?

1 - Ver a Seleção ganhar a copa

2 - Clube preferido ser Campeão

3 - NS/NR

=====

P21.O que representa para você torcer pelo Brasil? Sentimento pela Seleção Brasileira.

1 - Amor ao Brasil

2 -Apenas um momento de festa nos dias de jogos

3 - Outros: _____

4 - NS/NR

=====

P22.Quando você está torcendo pela Seleção qual é o seu comportamento?

1 - Agride verbalmente o juiz

2 -Mais agressivo, tanto verbalmente quanto fisicamente

- 3 -Envolve-se em brigas com a torcida adversária
- 4 -Nenhuma dessas reações
- 5 – Outros: _____
- 6 – NS/NR

MUITO OBRIGADA POR SUA COLABORAÇÃO!

=====

=====

NOME:
ENDEREÇO:
BAIRRO/LOCALIDADE:
NOME DO PESQUISADOR:

APÊNDICE B - Roteiro de Entrevista Semi-estruturada



UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO
INSTITUTO DE LINGUAGENS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
ESTUDOS DE CULTURA CONTEMPORÂNEA
MESTRANDA: LAIRCE ALELUIA DE CAMPOS
ORIENTADOR: FRANCISCO XAVIER FREIRE RODRIGUES

A entrevista abaixo faz parte da pesquisa de Mestrado intitulada “Cartografias Coletivas: O torcedor cuiabano e a sua relação com a Seleção Brasileira de Futebol”. Sua contribuição será de grande importância.

Questões centrais elaboradas à Entrevista.

- 1. Qual a sua opinião sobre a Copa do Mundo de Futebol ser realizada em Cuiabá?*
- 2. Qual é o legado da Copa do Mundo para Cuiabá?*
- 3. Qual é o significado de Copa do Mundo?*
- 4. O que significa vestir-se de verde amarelo durante a Copa do Mundo?*
- 5. O que a Seleção Brasileira representa para nós, brasileiros?*
- 6. De que maneira você representa o patriotismo?*
- 7. Em sua opinião, em época da Copa do Mundo você se sente mais cuiabano?*

8. *Qual a sua avaliação a respeito da torcida cuiabana?*
9. *Qual é o seu envolvimento com o esporte, no dia a dia?*
10. *Em sua opinião, o torcedor cuiabano é festeiro e alegre? Se sim, por quê?*

APÊNDICE C - Termo de Consentimento Livre e Esclarecido



UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO
INSTITUTO DE LINGUAGENS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
ESTUDOS DE CULTURA CONTEMPORÂNEA
MESTRANDA: LAIRCE ALELUIA DE CAMPOS
ORIENTADOR: FRANCISCO XAVIER FREIRE RODRIGUES

Prezado (a) participante:

Eu, Lairce Aleluia de Campos, estudante do curso de pós-graduação em Estudos de Cultura Contemporânea, da Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT), estou realizando uma pesquisa intitulada “Cartografias Coletivas: O torcedor cuiabano e a relação com a Seleção Brasileira de Futebol”, sob orientação do professor Francisco Xavier Freire Rodrigues.

A sua participação neste estudo é voluntária, e caso você se decida por não participar, ou quiser desistir, descontinuar em qualquer momento, tem absoluta liberdade de fazê-lo.

Na publicação dos resultados desta pesquisa, sua identidade será mantida no mais rigoroso sigilo. Serão omitidas todas as informações que permitam identificá-lo (a).

Mesmo não tendo benefícios diretos em participar, indiretamente você estará contribuindo para a compreensão do fenômeno estudado, e para a produção de conhecimento científico.

Atenciosamente,

Assinatura da pesquisadora

Assinatura do (a) participante

Local e Data

ANEXO A – Recorte do Jornal A Gazeta com Reportagem Sobre a Pesquisa Copa Realizada/2014

