ALEXANDRE FRANCISCO ALVES

ITINERANTE FUTEBOL CLUBE: A DESCONSTRUÇÃO DO TORCER E AS RELAÇÕES ENTRE OS CLUBES E AS TORCIDAS

Belo Horizonte
2015

ALEXANDRE FRANCISCO ALVES

ITINERANTE FUTEBOL CLUBE: A DESCONSTRUÇÃO DO TORCER E AS RELAÇÕES ENTRE OS CLUBES E AS TORCIDAS

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Estudos do Lazer da Escola de Educação Física, Fisioterapia e Terapia Ocupacional da Universidade Federal de Minas Gerais, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Lazer.

Orientador – Prof. Dr. Silvio Ricardo da Silva

Belo Horizonte
2015

A474i 2015

Alves, Alexandre Francisco
Itinerante Futebol Clube: a desconstrução do torcer e a relação entre os clubes e as torcidas. – 2015.
160 f., enc.: il.

Orientador: Dr. Silvio Ricardo da Silva

Mestrado (dissertação) – Universidade Federal de Minas Gerais, Escola de Educação Física, Fisioterapia e Terapia Ocupacional.

Bibliografia: f. 148-156

1. Lazer - Teses. 2. Futebol - Teses. 3. Futebol- Torcedores - Teses. I. Silva, Silvio Ricardo da. II.Universidade Federal de Minas Gerais. Escola de Educação Física, Fisioterapia e Terapia Ocupacional. III. Título.

CDU: 379.8

Ficha catalográfica elaborada pela equipe de bibliotecários da Biblioteca da Escola de Educação Física, Fisioterapia e Terapia Ocupacional da Universidade Federal de Minas Gerais.

Ao meu filho Francisco, grande amigo e parceiro. Espero poder retribuir o tempo perdido durante meu período de ausência.

À Adriana, minha companheira de todas as horas, a melhor descoberta que eu poderia encontrar durante esse percurso.

AGRADECIMENTOS

Ao Prof. Dr. Silvio Ricardo da Silva, que teve a responsabilidade de me conduzir nesse processo, mais que um orientador, um amigo e conselheiro nos momentos de transição pessoal pelo qual passei nessa empreitada. Sem dúvida, um ótimo reencontro.

Aos meus pais, responsáveis pela minha formação e pelos ensinamentos que carregarei por toda a vida.

Ao amigo Bill, que, junto comigo, *botou o pé na estrada* para as idas e vindas ao Vale do Aço, além de valiosos e enriquecedores diálogos e reflexões sobre o trabalho que, sem dúvida, foram muito importantes para percorrer esse caminho.

Aos colegas de trabalho e à direção da Escola Municipal José Vilaça Guimarães, pelo apoio ao meu trabalho e pela dedicação à árdua missão de transmitir seus ensinamentos aos jovens.

Ao professor Fernando Mascarenhas, pela participação na banca de qualificação do projeto de mestrado.

Ao Prof. Dr. Sergio Settani Giglio e ao Prof. Dr. Luciano Pereira da Silva, por aceitarem o convite para comporem a banca avaliadora desta dissertação.

Aos integrantes do GEFuT, parceiros de todas as horas que sempre subsidiaram minha ideias e que me inspiraram na escrita. O grupo tem sido pra mim a unidade que apresenta novas ideias, proporciona discussões e também momentos divertidos e de lazer.

Aos professores Cleber e Luciano com quem, durante as aulas, pude discutir o projeto na fase de qualificação, sendo muito grato aos ensinamentos de ambos.

Aos colegas de minha turma de mestrado que, apesar do distanciamento normal com o decorrer do curso, sempre que nos encontrávamos, partilhávamos experiências importantes.

Aos muitos amigos e colegas que, direta ou indiretamente, se fizeram presentes, no meu percurso acadêmico e pessoal deixando um pouco de si mesmos pelo caminho, tornando-se parte de minha história.

Aos torcedores entrevistados, em especial, ao Jesinho, pela colaboração, presteza e gentileza ao abrir as portas de sua casa. Sua generosidade e disponibilidade foram fundamentais para que a pesquisa fosse realizada cidade de Ipatinga.

RESUMO

A proposta deste estudo foi compreender o processo de (des)configuração e (re)configuração do torcer nas duas cidades: Betim (MG) e Ipatinga (MG), e como se estabeleceu a relação das torcidas com o Ipatinga FC / Betim EC. Procurou-se entender como os torcedores reagiram a essas mudanças territoriais, as tensões provocadas e as possíveis consequências no cenário, em que um clube se instalou e outro deixou de existir bem como se configurou o torcer nas cidades, e como se deu o processo de (re) apropriação ou (des) apropriação do clube pelos torcedores. Além disso, buscou-se investigar as razões que levaram esse(s) clube(s) a mudarem de nome, camisa, escudo, ou seja, sua identidade e sua sede. Na cidade de Ipatinga foram aplicados 108 formulários junto aos torcedores do Ipatinga FC. Na cidade de Betim, foram entrevistados seis torcedores do Betim EC que acompanharam o time durante o período em que esteve na cidade. Os gestores dos municípios de Ipatinga (MG) e Betim (MG) e o gestor do clube foram entrevistados e fizeram apontamentos diversos em relação à situação itinerante vivenciada pelo clube. Para a organização e análise, os dados contidos nos formulários foram tabulados com a utilização do *software* SPSS para *Windows*, versão 21. Já na organização e análise dos dados qualitativos (as entrevistas semiestruturadas) foi utilizada a análise de conteúdo proposta por Bardin. Sobre a torcida do Ipatinga, os dados analisados apontam para um descontentamento com a saída do clube da cidade e uma expectativa do seu retorno apesar da desconfiança gerada pela situação de migração do clube. Contudo, continua sendo uma marca importante de pertencimento territorial que tem no clube um instrumento que reforça esses laços de afetividade. Já os dados obtidos nas entrevistas com os torcedores do Betim, apontam para a criação de um vínculo com o território em que o clube se instalou e que projetou no clube a possibilidade de envolvimento e o início da formação de uma identificação com o time ao longo dos momentos de lazer vivenciados principalmente nos finais de semana. Já, com os gestores, foram encontradas evidências de que uma administração ineficiente, em consonância com excessiva dependência de recursos públicos, foi a causa da crise que culminou com a saída do clube de Ipatinga. Em Betim, o clube não alcançou as parcerias que almejava com os setores público e privado, gerando uma crise que culminou com o seu retorno para Ipatinga.

Palavras-chave - futebol, itinerante, torcer, território, lazer.

ABSTRACT

The purpose of this study was to understand the process of (un) configuration and (re) configuration of the supporting in the two cities, Betim-MG and Ipatinga-MG, and how they established the relationship of the fans with the Ipatinga FC / EC Betim. We tried to understand how the fans reacted to these territorial changes, caused tensions and the possible consequences in the scenario where a club settled and others ceased to exist and to set the supporting in the cities, and how was the process of (re) appropriation and (mis) appropriation of the club by fans. In addition, we sought to investigate the reasons for this (s) club (s) to change name, shield, ie its identity and its headquarters. In the city of Ipatinga were applied 108 forms together with the Ipatinga FC fans. In the city of Betim, they were interviewed six fans Betim EC that accompanied the team during the time he was in town. The managers of the municipalities of Ipatinga-MG and Betim, Minas Gerais and the club manager were interviewed and made several notes in relation to the traveling situation experienced by the club. For the organization and analysis, the data contained on the forms were tabulated using the SPSS for Windows, version 21. In the organization and analysis of qualitative data (the semi-structured interviews) was used content analysis proposed by Bardin. About fans Ipatinga, analyzed data point to a dissatisfaction with the output of the local club and an expectation of his return despite the mistrust generated by the club's immigration status. However, it remains an important brand of territorial belonging that the club has an instrument that strengthens these ties of affection. Since the data obtained in interviews with fans Betim, point to the creation of a link with the area where the club was installed and designed in the club the possibility of involvement and the early formation of an identification with the team through the moments Rest experienced especially on weekends. Now managers, evidence was found that an inefficient administration, in line with excessive reliance on public resources were the causes of the crisis that culminated the output of Ipatinga club. In Betim, the club has not reached the partnerships that craved with the public and private sector, generating a crisis that culminated in his return to Ipatinga.

Keywords - football, traveling, supporting, territory, leisure.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

1 Lista de figuras

Figura 1. Escudo do Ipatinga FC.....58
Figura 2. Escudo do Betim EC.....59
Figura 3 - Torcida organizada do Ipatinga FC no jogo: IFC x Social FC.....76
Figura 4 - Torcida organizada adversária (Social FC).....76
Figura 5 - Desfecho das migrações de alguns clubes..**Erro! Indicador não definido.**
Figura 6 -Faixa da TO Loucos do alambrado em jogo.....101
Figura 7 - Os símbolos da torcida e sua organização nos jogos.....102

2 Lista de gráficos

Gráfico 1 - Frequência de ida aos jogos antes da mudança para a cidade de Betim69
Gráfico 2 - Frequência da ida aos jogos em viagens para outras localidades antes da mudança para Betim.....70
Gráfico 3 - Torcedores que compravam produtos do clube.....71
Gráfico 4 - Produtos mais comprados pelos torcedores.....73
Gráfico 5 - Participantes de torcida organizada.....74
Gráfico 6 - Torcidas organizadas citadas pelos torcedores do Ipatinga FC.....77
Gráfico 7 - Torcidas organizadas citadas pelos torcedores do Ipatinga FC.....78
Gráfico 8 - Como conheceu o Ipatinga FC?.....79
Gráfico 9- Quando começou a acompanhar o clube?.....80
Gráfico 10- Como o torcedor reagiu à mudança de sede do clube.....81
Gráfico 11 - Necessidade da criação de outro clube na cidade.....83
Gráfico 12 - Opinião sobre criação de outro clube com o nome da cidade.....85
Gráfico 13 - Opinião do torcedor sobre o retorno do clube para a cidade.....88
Gráfico 14 - Torcedores que voltaram a torcer pelo clube.....89
Gráfico 15 - Opinião do torcedor sobre parceria entre prefeitura e clubes.....90

3 Lista de quadros

Quadro 1 - Clubes que conseguiram acesso à Série A do Campeonato Brasileiro, mas não permaneceram por mais de três temporadas consecutivas.....121
Quadro 2 - Repasse de verba ao Ipatinga FC entre 2006 e 2012.....127

LISTA DE TABELAS

Tabela 1- Clubes do coração do torcedor ipatinguense 62
Tabela 2 - Faixa etária dos participantes da pesquisa 63
Tabela 3 - Torcedores exclusivos do Ipatinga conforme a faixa etária.....63
Tabela 4 - Sexo dos participantes da pesquisa.....65
Tabela 5 - Escolarização.....65
Tabela 6 - Estado civil 66
Tabela 7 - Renda mensal 67
Tabela 8 - Torcedores entrevistados.....93

LISTA DE SIGLAS

GEFuT - Grupo Estudos sobre Futebol e Torcidas

FMF - Federação Mineira de Futebol

CBF - Confederação Brasileira de Futebol

UFMG - Universidade Federal de Minas Gerais

COEP – Comitê de Ética em Pesquisa

FIFA - Fédération Internationale de Football Association

EDT - Estatuto de Defesa do Torcedor

IFC - Ipatinga Futebol Clube

TO - Torcida Organizada

GC - Gestor do Clube

GMB - Gestor da cidade de Betim

GMI - Gestor da cidade de Ipatinga

MINUSTAH - Missão das Nações Unidas para a Estabilização do Haiti

PROFUT - Programa de Modernização da Gestão e de Responsabilidade Fiscal do Futebol Brasileiro

NBA - National Basketball Association

CGCE - Coordenação-Geral de Intercâmbio e Cooperação Esportiva

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO – FUTEBOL: SIMULACRO DA SOCIEDADE 13
1.1 Apresentação 13
1.2 O cenário inicial e o problema apresentado 14
1.3 Os caminhos metodológicos - As idas e vindas com os clubes 21
2 O FUTEBOL NA ERA DA GLOBALIZAÇÃO – APONTAMENTOS SOBRE AS TRANSFORMAÇÕES ABSORVIDAS E OS IMPACTOS PARA OS TORCEDORES 30
2.1 O futebol na era da globalização 30
2.2 As mudanças na legislação esportiva e as projeções sobre o futebol 34
2.3 A Lei Zico e a proposta de modernização 37
2.4 A Lei Pelé e o renascimento da ideia do futebol-empresa 39
2.5 O Estatuto de Defesa do Torcedor 41
2.6 A espetacularização do futebol empresa 43
2.7 A competição que gera desigualdade 48
2.8 Financiamento público no futebol 50
3 A IDA A CAMPO – O CLUBE / OS TORCEDORES 54
3.1 Uma dupla identidade? 54
3.2 O(s) clube(s), a cidade 57
3.3 Quem são os torcedores? 60
3.4 O relacionamento dos torcedores com o clube antes da saída da cidade 68
3.5 Relacionamento com o Ipatinga FC após a saída da cidade 80
3.6 Relacionamento com o clube após o retorno para a cidade 85
4 ANÁLISE DAS ENTREVISTAS DOS TORCEDORES DO BETIM EC 91
4.1 A cidade de Betim e o futebol 91
4.2 Os torcedores, sua relação com o clube e o futebol como opção de lazer 93
4.3 O torcer após a saída do clube da cidade 106
5 COMPREENDENDO O PROCESSO MIGRATÓRIO: ANÁLISE DAS ENTREVISTAS DOS GESTORES MUNICIPAIS E DO GESTOR DO CLUBE 109
5.1 Um território em disputa 109
5.2 Identificação dos gestores 111

5.2.1 Gestor do clube: Ipatinga FC / Betim EC (GC).....111
5.2.2. Gestor municipal da cidade de Ipatinga (GMI) 112
5.2.3. Gestor municipal da cidade de Betim (GMB).....112
5.3. Contexto da saída do clube de Ipatinga e a escolha de Betim como sede 112
5.4 A administração do clube e a percepção nas relações entre clubes de futebol e prefeituras.....116
5.5 A relação com a torcida e o retorno do clube para Ipatinga 132
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS 143
REFERÊNCIAS 147
APÊNDICES.....155

1 INTRODUÇÃO – FUTEBOL: SIMULACRO DA SOCIEDADE

1.1 Apresentação

O futebol é para o brasileiro mais que um espaço de lazer. É um espaço de discussão que proporciona certa tensão entre os torcedores. Pode ser considerado o simulacro dos acontecimentos sociais vivenciados pela nossa sociedade ajudando a compreendê-la e, como disse Guterman (2009, p. 09), "[...] se lido corretamente, consegue explicar o Brasil" [1].

Na medida em que o futebol, nas suas várias maneiras de vivenciá-lo[2], torna-se um espaço de discussão de assuntos significativos, como preconceito racial, identidades étnicas e territoriais, masculinidade e homofobia, investimentos sociais e reivindicações diversas, percebemos o quanto esse esporte está imbricado à vida do brasileiro que o vivencia de diversas maneiras e o reproduz no seu cotidiano.

Como disse Santos (1981, p. 9), "[...] é difícil encontrar um brasileiro que não tenha a sua história com o futebol". No meu caso, vivi o futebol como lazer, como profissão e, agora, academicamente. Como lazer, por meio da prática e também do torcer, estabeleci uma ligação afetiva e de trabalho com o esporte. Em minha vida profissional, tive a oportunidade de trabalhar com o futebol de base nos dois maiores clubes da capital mineira, Clube Atlético Mineiro e Cruzeiro Esporte Clube. Por lá conheci sua estrutura, vivenciei o futebol na perspectiva do rendimento e o processo de formação dos jogadores que um dia poderiam vir a se destacar em níveis mais elevados.

Falar de minha relação com o futebol é importante, na medida em que esse vínculo com o esporte me trouxe experiências que permitem levantar alguns questionamentos acerca dessa modalidade e do torcer e me conduzir para o alcance

[1] O futebol, ao longo dos anos, tornou-se o esporte mais assistido e comentado no Brasil sendo discutido em diversos ambientes e influenciando decisões e políticas esportivas no País. Sem tomar como uma verdade universal, a afirmação de Guterman (2009) serve para ilustrar a importância dada ao futebol no Brasil e, mesmo não explicando o Brasil como um todo, ajuda a compreender parte de nossa história.

[2] No capítulo 1, descrevo algumas das diversas maneiras de se vivenciar o futebol segundo Damo (1998).

de saberes fundamentais a fim de responder minhas indagações sobre o problema deste estudo.

Em 2012, passei a integrar o Grupo de Estudos sobre Futebol e Torcidas (GEFuT) e, dentre os meus questionamentos, pude perceber que, no esporte em que as ligações identitárias são muito fortes, o sentido de pertencimento territorial é um fator ligado à sua cultura, tanto em nível macro, se pensarmos nos mais tradicionais clubes do futebol brasileiro, quanto em nível micro quando nos remetemos ao time da nossa região, do nosso bairro ou da nossa rua.

1.2 O cenário inicial e o problema apresentado

No final de novembro de 2012, um fato que ocupava as páginas dos jornais e um destaque considerável nos noticiários esportivos televisivos chamou minha atenção. As reportagens mostravam a revolta de alguns torcedores no estádio durante a última partida que um clube de futebol realizaria sob a insígnia proclamada por seus torcedores; faixas de repúdio eram exibidas, havia torcedores queimando camisas e, até mesmo, aqueles que permaneceram de costas para o campo durante a partida, demonstrando toda a sua insatisfação por seu clube, que era a razão de comparecerem ao Estádio Municipal João Lamego Netto[3]. As notícias veiculadas diziam respeito à transferência do Ipatinga Futebol Clube (Ipatinga FC) para a cidade de Betim.

A partida realizada no dia 17 de novembro de 2012 era válida pela série B do Campeonato Brasileiro entre Ipatinga FC e Guaratinguetá Futebol Ltda[4]. O Ipatinga FC já estava rebaixado para a série C após fazer péssima campanha, e o Guaratinguetá tentava escapar do rebaixamento. O time da casa perdeu a partida por 3 a 2 e proporcionou um fôlego a mais ao adversário na tentativa de escapar da queda para a divisão inferior.

[3] O Estádio Municipal João Lamego Netto é mais conhecido pelo nome de Ipatingão.

[4] O Guaratinguetá Futebol LTDA tem história parecida com a do Ipatinga FC (descrita mais adiante). Surgiu em 1998 com o nome de Guaratinguetá Esporte Clube e, em 2010, transferiu sua sede para a cidade de Americana-SP mudando seu nome para Americana Futebol. Em novembro de 2011, o clube paulista retorna para sua cidade de origem e passa para nova insígnia de Guaratinguetá Futebol LTDA. Disponível em: <http://globoesporte.globo.com/futebol/times/americana/noticia/2011/11/americana-anuncia-volta-sede-e-nome-para-guaratingueta.html> Acesso em: 10 dez. 2014.

Os torcedores, na iminência de verem seu time mudar de cidade, relataram como estavam se sentindo diante da situação. “Dói o coração da gente e de muito torcedor...”. “A gente, jovem, transformou o Ipatinga, abraçou o time como o único time nosso, e agora o presidente ‘tá’ fazendo isso aí com a gente. Deixando a gente na mão, sem time pra torcer, porque a gente gostava mesmo era do Ipatinga. O Ipatinga não era só um time, é um sentimento que a gente tem de verdade e que vai ficar pra sempre na memória”[5].

Os torcedores também fizeram um protesto, queimando camisas, exibindo faixas e cartazes[6] (Em um deles estava escrito: “Itair[7], muito obrigado por vender a alegria de uma cidade!!! IFC para sempre no meu coração!. IFC: *1998 - †2012”, as datas simbolizando o nascimento e morte do clube) e entoando cânticos de repudio e xingamentos contra a diretoria do clube. Esta poderia ser a última partida na cidade de Ipatinga, pois o presidente do clube já havia protocolado na Federação Mineira de Futebol um pedido para transferência de sede para a cidade de Betim.

A mídia impressa local já publicava as suas manchetes esportivas: *Ipatinga conta os dias para se transferir para Betim*[8] em alusão à confirmação da transferência do clube para a cidade da Região Metropolitana de Belo Horizonte. *Trajetória do Tigre é encerrada com derrota*[9], um relato da última partida realizada pelo Ipatinga contra o América Futebol Clube, no Estádio Independência em Belo Horizonte.

Para contextualizar, o Ipatinga FC é considerado um clube jovem, fundado em 1998, que alcançou uma projeção nacional importante após um desempenho expressivo nas competições que disputou se considerarmos seu pouco tempo de existência. Em 2005, apenas sete anos após sua fundação, conquistou o título do Campeonato Mineiro. No ano seguinte, chegou às finais do mesmo

---

[5] Torcedores do Ipatinga protestam quanto a possibilidade de o time se mudar para Betim. MG Inter TV– Vales-MG. Exibido em 19/11/2012. Disponível em: <http://globotv.globo.com/inter-tv-mg/mg-inter-tv-1a-edicao-vales-mg/v/torcedores-do-ipatinga-protestam-quanto-a-possibilidade-do-time-se-mudar-para-betim/2249921/> Acesso em: 12 nov. 2014.

[6] Torcedores do Ipatinga protestam quanto a possibilidade de o time se mudar para Betim. MG Inter TV– Vales-MG. Exibido em 19/11/2012. Disponível em: <http://globotv.globo.com/inter-tv-mg/mg-inter-tv-1a-edicao-vales-mg/v/torcedores-do-ipatinga-protestam-quanto-a-possibilidade-do-time-se-mudar-para-betim/2249921/> Acesso em: 12 nov. 2014.

[7] O torcedor estava se referindo ao presidente do clube na ocasião, Itair Machado.

[8] CASTRO, Waldecy. Ipatinga conta os dias para se transferir para Betim. Diário do Aço. Novembro/ 2012. Disponível em: <http://www.diariodoaco.com.br/noticias.aspx?cd=67805> Acesso em: 20 nov. 2014.

[9] CASTRO, Waldecy. Trajetória do Tigre é encerrada com derrota. Diário do Aço. Novembro/ 2012. Disponível em: < http://www.diariodoaco.com.br/noticias.aspx?cd=68193> Acesso em: 20 nov. 2014.

campeonato, perdendo o título para o Cruzeiro Esporte Clube. Ainda, em 2006, o clube chegou às quartas de final da Copa do Brasil, sendo desclassificado pelo Flamengo, campeão da competição. No final desse ano, após o vice-campeonato da série C, subiu para a série B do Campeonato Brasileiro.

Em 2007, alcançou o vice-campeonato da série B, conseguindo o acesso à série A do Campeonato Brasileiro. Contudo, após uma campanha irregular nesse ano, não conseguiu se sustentar na chamada elite do futebol brasileiro, sendo rebaixado à série B. Em 2010, o clube viveu momentos distintos dentro de campo: chegou à final do Campeonato Mineiro, sendo derrotado pelo Atlético Mineiro na final. Todavia, na série B do Campeonato Brasileiro, a campanha ruim que realizou o levou ao rebaixamento à série C para disputa no ano seguinte.

Em 2011, o clube realizou uma campanha de altos e baixos. No Campeonato Mineiro, foi rebaixado para o Módulo II, enquanto, no Campeonato Brasileiro da Série C, conseguiu acesso à Série B. Já no final de 2012, o clube já ensaiava uma possível saída da cidade.

Em 2013, após a aprovação da Federação Mineira de Futebol (FMF) e da Confederação Brasileira de Futebol (CBF)[10], o clube transfere-se para a cidade de Betim e altera seu nome para Betim Esporte Clube (Betim EC). Foi um ano em que o clube não conseguiu passar da primeira fase do Campeonato Mineiro. Na Série C do Campeonato Brasileiro, foi eliminado pelo Santa Cruz Futebol Clube nas quartas de final.

Ainda, em 2013, após mudança na presidência do clube, seu novo presidente anuncia sua volta para a cidade de Ipatinga[11]. Em 2014, tendo já retornado à cidade natal, o clube participa do Módulo II do Campeonato Mineiro de futebol com o nome ainda de Betim E.C., em virtude de o registro na FMF e na CBF não ter sido alterado[12]. O clube conseguiu, em novembro de 2014, a autorização da

[10] Essas sucessivas mudanças de sede e de nome por parte dos clubes do futebol brasileiro tornaram-se uma inconveniência para a CBF e obrigaram a entidade a se posicionar perante essa situação. No dia 1º de agosto de 2011, a CBF publicou uma resolução da presidência restringindo e estabelecendo critérios e regras para que um clube ou agremiação pudesse transferir sua sede e sua denominação social. A alegação da entidade para tal decisão se deve à possibilidade de essas mudanças sucessivas causarem prejuízo às agremiações, podendo gerar desmotivação no público, além de afastar potenciais patrocinadores. O documento denominado RDP n. 08/2011 pode ser encontrado em http://imagens.cbf.com.br/ 201210/425820353.pdf..

[11] Disponível em <http://www.diariodoaco.com.br/noticias.aspx?cd=76236> Acesso em: 30fev.2014.

[12] O clube estava na sexta colocação do campeonato quando foi penalizado com a perda de seis pontos pelo Comitê Disciplinar da FIFA em razão de uma dívida com um Clube de Futebol Português. O Clube permaneceu no Campeonato Brasileiro da Série C, em 2013, após impetrar ação civil pública

CBF para realizar a troca para seu *antigo novo nome*, voltando a se chamar Ipatinga Futebol Clube[13].

No contexto dos clubes de futebol do interior, o cenário esportivo sofreu algumas transformações que fizeram as atenções se voltarem para o chamado *mundo da bola*, de maneira que o direcionamento jornalístico passou a seguir as movimentações de alguns clubes e dirigentes[14].

A migração e mudança de identidade de clubes de futebol no Brasil é um fenômeno que pode ser considerado recente, apesar de não ser mais novidade no cenário esportivo. Os chamados clubes itinerantes[15] estão se proliferando pelo Brasil e suas histórias conhecidas e veiculadas pela mídia, inicialmente com grande surpresa, e posteriormente com certa normalidade[16], o que pode ser percebido na leitura de diferentes momentos: a partir dos primeiros casos noticiados pelos veículos midiáticos e depois de alguns desdobramentos que resultaram na consolidação ou não dos clubes que realizaram esse processo.

Um outro caso bastante conhecido nacionalmente é o do Grêmio Recreativo Barueri, fundado em 1989, em Barueri-SP. Em 2010, alterou seu nome para Grêmio Prudente Futebol Ltda e se transferiu para Presidente Prudente(SP). Em 2012, retornou para sua cidade de origem passando a se chamar Grêmio Barueri Futebol Ltda após ser comprado por um grupo de empresários. O episódio

---

em tribunal comum, para evitar a perda dos pontos e cair para a zona de rebaixamento, o que não é permitido pelo Código de Justiça Desportiva. Em fevereiro de 2014, o Superior Tribunal de Justiça Desportiva (STJD) ratificou a decisão e rebaixou o time para a Série D. Disponível em: <http://globoesporte.globo.com/mg/grande-minas-vales/noticia/2014/02/cbf-confirma- rebaixamento-do-ipatinga-para-serie-d-do-brasileiro.html> Acesso em: 02mar. 2014.

[13] Disponível em: <http://www.jornalvaledoaco.com.br/ler_noticia.php?id=111280> Acesso em: 03 fev. 2015.

[14] Disponível em: <http://globoesporte.globo.com/futebol/times/ipatinga/noticia/2012/11/mais-um-time-itinerante-no-brasil-ipatinga-esta-de-mudanca-para-betim.html> Acesso em: 12 set.2013; <http://www1.folha.uol.com.br/esporte/815205-time-de-futebol-de-guaratingueta-se-muda-para-americana.shtml> Acesso em: 12 set.2013; <http://globoesporte.globo.com/futebol/times/americana/noticia/2011/11/americana-anuncia-volta-sede-e-nome-para-guaratingueta.html> Acesso em: 12 set.2013; <http://globoesporte.globo.com/mg/zona-da-mata-centro-oeste/noticia/2013/07/nacional-de-muriae-deve-voltar-elite-em-uniao-com-time-de-patos-de-minas.html> Acesso em: 12 set.2013.

[15] O termo itinerante foi utilizado pela mídia para definir os clubes que mudam de cidade-sede bem como trocam de nome. Pela definição do dicionário Aurélio: 1. Que muda de lugar onde exerce sua atividade; 2. Que é exercido com alteração frequente de local; 3. Que ou quem se desloca, viaja ou passeia.

O termo se associa a tudo o que pressupõe a troca constante de lugar, de se deslocar, percorrer itinerários variados.

[16] Disponível em: http://globoesporte.globo.com/futebol/noticia/2014/01/fusoes-migracoes-e-trocas-de-nome-o-que-os-clubes-fazem-pra-sobreviver.html> Acesso em: 25 mar.2014).

acontecido como o Grêmio Barueri reacendeu a discussão sobre a fusão e migração geográfica de clubes de futebol profissional.

Considerando o Estado de Minas Gerais, em menos de cinco anos, além do Ipatinga FC, duas equipes transferiram sua sede para outros municípios do estado. Em 09 de junho de 2011, a equipe do Ituiutaba Esporte Clube mudou de nome e de cidade, autorizada, nessa data, pela FMF e pela CBF. Passou a se chamar Boa Esporte Clube e se mudou para a cidade de Varginha.

Outro exemplo de um clube que mudou de cidade e de nome, nesta última década, é o do Fabriciano Futebol Clube. Fundado em 28 de junho de 2008, passa a ser o recordista em número de mudanças de sede e de nome. Em março de 2010, o clube transfere sua sede para a cidade de Nova Serrana e passa a se chamar Nacional Esporte Clube. Entretanto, em 2013, o clube transfere-se para a cidade de Patos de Minas, mantém o mesmo nome e passa a dividir o cenário esportivo com mais duas equipes[17] existentes na cidade.

Contudo, apesar de firmar parceiras com outros clubes da própria cidade[18], para a disputa de competições nas categorias de base, em 2014, o clube transfere-se para a cidade de Muriaé, firmando parceira com o Nacional Atlético Clube, e passa a disputar as competições com o nome de Nacional de Muriaé[19].

Ainda, em 2014, o presidente do clube divulga mais uma mudança de cidade sede, dessa vez, para a cidade de Esmeraldas, cidade localizada na região metropolitana de Belo Horizonte[20].

Essa mudança de sede que, possivelmente, se reflete na identidade dos clubes é mais comum em outros esportes que não fazem parte do circuito clubista. Para Damo (2011), o clubismo é movido pelas rivalidades tradicionais entre os clubes, como as que sustentam os clássicos locais e regionais. No caso, o clubismo ou circuito clubista é a disputa de competições "[...] envolvendo times que

---

[17] Há, na cidade de Patos de Minas, duas equipes tradicionais: o Esporte Clube Mamoré, fundado em 1949, e a URT (União Recreativa dos Trabalhadores), fundada em 1939.

[18] O Nacional Esporte Clube firmou uma parceira com a equipe do Esporte Clube Mamoré para a disputa do Campeonato Mineiro de futebol júnior com o nome Nacional/Mamoré.

[19] Disponível em: <http://www.midiamineira.com/2013/08/nacional-de-muriae-sacramenta-parceria.html>; <http://globoesporte.globo.com/mg/zona-da-mata-centro-oeste/noticia/2013/07/nacional-de-muriae-deve-voltar-elite-em-uniao-com-time-de-patos-de-minas.html> Acesso em: 10 jan.2015.

[20] Disponível em: <http://globoesporte.globo.com/mg/zona-da-mata-centro-oeste/noticia/2014/12/nacional-mg-deixa-muriae-e-vai-para-regiao-metropolitana-de-bh-em-2015.html> Acesso em 03 fev.2015.

representam agremiações normalmente chamadas de clubes, grêmios ou associações" (DAMO, 2011 p. 81).

Em modalidades como o voleibol, o futsal e o basquetebol, alguns times são criados levando consigo nomes de empresas e, até mesmo, produtos que são suas marcas registradas, fixam a sede em uma cidade específica e, conforme as expectativas de seus dirigentes em relação às melhorias e interesses de seus patrocinadores, podem migrar para outros locais e cidades sem aviso prévio e sem dar satisfação a seus torcedores.

Um exemplo dessa prática é o time de voleibol feminino denominado Rexona/Ades que teve como sua primeira sede a cidade de Curitiba, no Paraná, no período de 1997 a 2004. Nesse ano, o time anuncia sua transferência para a cidade do Rio de Janeiro, onde permanece até o momento da escrita deste trabalho. A justificativa foi a alteração nas estratégias de *marketing* da empresa patrocinadora[21].

Em outros países, como é o caso dos Estados Unidos, as equipes se constituem em franquias esportivas, e a permanência ou a transferência para outras localidades é feita com motivação econômica e apoiada em estudos de mercado. A indústria do entretenimento esportivo cresceu a tal ponto que o essencial, tanto para atletas como para dirigentes, passou a ser o fator econômico. Assim, as franquias se estabelecem nos locais onde têm maior possibilidade de manutenção desse *status* econômico (ZIRIN, 2006).

No caso americano, o basquetebol foi o último dos quatro esportes que desenvolveu uma estrutura baseada em grandes ligas (seus antecessores foram o beisebol, o futebol americano e o hóquei).

Desde a organização, em 1949, até meados dos anos 2000, na Liga de basquete americana (NBA), dez equipes mudaram de sede, algumas mais de uma vez, totalizando dezesseis movimentações ou, como é definido por eles, realocação. Metade dessas realocações ocorreu entre 1950 e 1963, um período em que a liga foi substituindo as pequenas cidades por mercados maiores. Essas realocações fazem parte da competição entre as franquias que buscam, entre as luxuosas instalações esportivas caracterizadas pelos empreendimentos privados, benefícios do governo via meios de financiamento público dos esportes (DANIELSON, 1997).

[21] Disponível em <http://esporte.uol.com.br/volei/ultimas/2004/03/09/ult64u4702.jhtm> Acesso em: 02 fev. 2015.

Diante desse cenário de transformações em que vive o futebol, surge o interesse em analisar o fenômeno de migração de clubes ou agremiações esportivas em Minas Gerais, bem como estabelecer conexões entre esse processo de migração que constituem as equipes itinerantes e a nova ordem do futebol mineiro e brasileiro. Para tal, busco, neste estudo, a compreensão de como esse processo se desencadeou por meio da identificação e análise dos processos de migração dos clubes circunscritos ao futebol mineiro, optando pela escolha de um clube específico: o Ipatinga FC.

Essa delimitação do estudo pode trazer importantes contribuições para o entendimento do processo de migração geográfica que tem se estabelecido no futebol mineiro a exemplo do caso do Boa Esporte, antigo Ituiutaba Futebol Clube e do antigo Nacional Esporte Clube, hoje Nacional de Muriaé. Intrinsecamente a esse processo, o esclarecimento é fundamental para entendermos as inovações e as relações remanescentes entre os clubes e os torcedores que têm no futebol um meio importante de lazer; entender as relações de poder que se estabelecem no meio esportivo em relação ao financiamento público dos clubes e as suas verdadeiras demandas para com o poder público frente à realidade e à necessidade dos municípios.

Em face dessas exposições e reflexões acerca do torcer como forma de lazer e as relações estabelecidas entre torcedores e clubes, está o problema desta pesquisa: Como se configura o torcer para os torcedores dos times de futebol após a sua saída da cidade e como se estabelecem as novas relações dos clubes com as novas torcidas após a mudança de sede?

Dessa forma, este estudo teve como objetivo geral analisar o processo de (des)configuração e (re)configuração do torcer nas duas cidades: Betim(MG) e Ipatinga(MG), e como se estabeleceu a relação das torcidas com o Ipatinga FC / Betim EC.

Os objetivos específicos foram:

analisar como os torcedores reagiram a essas mudanças territoriais, as tensões provocadas e as possíveis consequências no cenário em que um clube se instalou e outro deixou de existir;

compreender como se configurou o torcer nas cidades e como se deu o processo de (re) apropriação ou (des) apropriação do clube pelos torcedores;

investigar as razões que levaram esse(s) clube(s) a mudar de nome, camisa, escudo, ou seja, sua identidade e sua sede.

1.3 Os caminhos metodológicos - As idas e vindas com os clubes

Apresento nesta seção os caminhos metodológicos percorridos diante das adversidades e surpresas durante a execução da pesquisa e as escolhas que foram feitas perante a imprevisibilidade em que se apresentou o tema deste estudo.

A *priori*, a pesquisa preconizava a saída do Ipatinga FC da cidade de Ipatinga e a migração para a cidade de Betim, ocorrida em meados de 2013. Todavia, durante a realização das disciplinas acadêmicas como exigência do Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Estudos do Lazer e a aprovação deste projeto por seus pareceristas e pelo Comitê de Ética em Pesquisa da UFMG (COEP), essa situação apresentou algumas mudanças, quando o clube retorna para sua cidade de origem. Desse modo, a pesquisa se dividiria entre as cidades de Betim e Ipatinga.

No entanto, já no final do ano de 2013, os dirigentes do clube tornaram pública a ideia do retorno para a cidade natal, fato que veio a se concretizar já no final do mesmo ano. Desse modo, houve uma inversão nas possibilidades e na condução do estudo, tendo em vista que a pesquisa se concentraria prioritariamente na cidade de Betim em virtude da migração do clube para a cidade. A intenção era acompanhar o processo de estabelecimento do clube na cidade e analisar as relações entre o clube e a torcida.

Entretanto, com a saída do Clube da cidade, retornando para Ipatinga, as ações foram redirecionadas no sentido de dar cobertura aos passos do Clube no retorno a sua cidade natal e a recepção pela sua torcida.

Para sistematizar a busca das respostas ao problema que norteou este trabalho, mais especificamente, os efeitos da migração geográfica de clubes de futebol, bem como seus impactos na sociedade e no torcer, adotei métodos de pesquisa de caráter qualitativo e quantitativo. A proposta foi desenvolver um estudo

de caráter exploratório sobre a migração geográfica de equipes de futebol, investigando a partir do caso do Ipatinga/Betim FC.

Nessa perspectiva, realizei um levantamento documental e bibliográfico[22] sendo esses dados fontes de apoio, que proporcionaram um diálogo com os elementos analisados. Foram consultados os arquivos municipais das cidades de Ipatinga e Betim disponibilizados em seus portais na internet por meio de uma busca relacionando os tipos de documentos descritos como leis, decretos, instruções normativas, resoluções e convênios, em associação com o nome dos clubes pesquisados: Betim EC e Ipatinga FC. O propósito foi buscar dialogar com as falas dos entrevistados na tentativa de compreender o processo pelo qual os clubes firmam as parcerias com o poder público e entender as razões que fizeram as equipes migrarem de cidade.

As outras fontes consultadas referem-se a páginas de jornais especializados na cobertura esportiva, dos fatos ocorridos com os clubes como revistas, publicações avulsas e imprensa escrita com a finalidade de "[...] colocar o pesquisador em contato com tudo aquilo que foi escrito sobre determinado assunto" (LAKATOS e MARCONI, 2007, p.44). Saliento que essa busca constante de informação permaneceu em aberto. O futebol é dinâmico e o estudo apresentaram surpresas quanto aos acontecimentos. As fontes contidas nos *sites* jornalísticos e dos clubes ou em informações escritas contidas na *web*, são constantemente atualizadas e, até mesmo, apagadas. O que foi consultado em um dia pode não estar mais disponível no outro.

A pesquisa de campo, segundo Minayo et al. (2002), é a aproximação do pesquisador com o objeto a ser estudado. O trabalho de campo envolveu aplicação de formulários aos torcedores na cidade de Ipatinga-MG, com o intuito de analisar os efeitos da saída do clube da cidade. O depoimento desses indivíduos reflete seus sentimentos em relação ao clube, bem como fornece pistas que possam emergir dessas narrativas a despeito dessa dinâmica que se instituiu no futebol de sua cidade.

A análise quantitativa contida na pesquisa se baseou nos formulários preenchidos na cidade de Ipatinga. A utilização desses instrumentos de coleta foi

[22] O presente trabalho não teve o intuito de realizar análise documental. Os documentos consultados foram utilizados como forma de complemento das falas dos entrevistados, bem como para fornecer subsidio e estabelecer um contraponto entre as entrevistas dos gestores.

baseada na ideia Lakatos e Marconi (2007), levando em consideração um roteiro de perguntas realizadas pelo entrevistador e preenchidas por ele mesmo, a partir das respostas e comentários do pesquisado.

Conforme Tripodi, Fellin e Meyer (1975), os procedimentos estatísticos para estabelecimento de amostras válidas, mesmo não sendo levados em consideração, não acarretam prejuízos para o estudo. Assim, não tive preocupação em estabelecer um número específico de formulários preenchidos.

O formulário utilizado neste estudo foi construído por mim mesmo e se concentrou em quatro eixos de análise: quem é o torcedor, relacionamento com o Ipatinga FC antes da mudança de cidade, relacionamento pós-mudança e relacionamento com o clube pós-retorno para a cidade de Ipatinga.

Foram aplicados 108 formulários aos torcedores do Ipatinga FC, para analisar as relações estabelecidas entre os torcedores e o time durante sua ausência e após seu retorno à cidade. As informações obtidas por meio dos formulários foram coletadas em três locais distintos: bar em que os torcedores habitualmente se concentravam, residências indicadas pelas pessoas ouvidas e na porta dos estádios em dias de jogos.

Para encontrar os torcedores na cidade de Ipatinga, recorri inicialmente ao contato com uma pessoa conhecida no município, considerado o torcedor símbolo do Ipatinga FC na cidade, o qual indicou os pontos onde anteriormente eram redutos e concentração de público nos dias de jogos, forneceu alguns contatos e me referenciou com as localidades onde poderia atuar no *locus* da pesquisa, tendo em vista que, na época do início da coleta de dados, em virtude de um recesso de competições, o clube estava inativo quanto aos treinamentos e jogos. Assim, nesses locais de prática esportiva (centro de treinamento e estádios e campos), não havia como abordar os torcedores.

Posteriormente, em fevereiro de 2015, com o início do Campeonato Mineiro, a pesquisa de campo pôde ser realizada no Estádio Municipal João Lamego Neto, o Ipatingão, nos dias dos jogos.

Em meio às adversidades e à imprevisibilidade do campo esportivo, tive a possibilidade de compreender, na cidade de Ipatinga, dois momentos particulares: o da saída e, posteriormente, do retorno do clube para a cidade. Nessa mão, observações diretas dos torcedores dentro e fora do estádio durante os jogos do

Ipatinga FC apresentaram dados importantes acerca da representatividade do Clube no cenário esportivo ipatinguense.

Já, na cidade de Betim, para onde o clube se transferiu, em 2013, não foi possível a aplicação dos formulários em virtude da dispersão das pessoas que acompanharam os jogos do clube, quando ele estava na cidade. O primeiro contato de aproximação foi realizado com moradores das imediações do centro de treinamento que indicaram pessoas que estiveram presentes nos jogos, além de profissionais do meio esportivo local e que indicaram alguns torcedores que estavam sempre presentes nos jogos.

Essas abordagens aos torcedores só puderam ser realizadas em 2014, quando já não havia mais jogos do Betim EC na cidade. A dificuldade de acesso e localização de voluntários para preencher os formulários constituiu um empecilho à sua aplicação. Apesar de inúmeros contatos, somente seis torcedores concordaram em participar da pesquisa, o que se configuraria como um número pequeno de torcedores para se obterem informações acerca da sua percepção na passagem do clube pela cidade.

Por essas razões, foi feita a opção pela realização de entrevistas semiestruturadas com os torcedores na cidade de Betim, o que evidenciou uma profundidade maior nas análises por meio das falas contidas nas entrevistas dos torcedores do Betim EC ao invés do preenchimento de formulários.

Reconhecendo que as limitações em relação à realização da pesquisa de campo ocorreram em virtude de sua aplicação em momentos e em situações diferentes, foi feita essa opção metodológica distinta nas duas cidades com o objetivo de obter o maior número de informações e superar essas dificuldades,

Os instrumentos de coletas de dados (APÊNDICES A e B) foram construídos tendo como base perguntas similares nas duas cidades, salvo os devidos contextos apresentados.

Em Betim, por meio das redes sociais foi identificada uma torcida organizada e, após contato, foi possível agendar aplicação de entrevista semiestruturada a um de seus membros. Essas entrevistas têm como característica questionamentos básicos que são apoiados em teorias e hipóteses relacionadas ao tema da pesquisa. Os questionamentos podem fornecer proposições a novas hipóteses surgidas a partir das respostas dos entrevistados. O foco principal seria colocado pelo investigador-entrevistador (TRIVIÑOS, 1987).

Os demais participantes foram indicados, e sua escolha seguiu os seguintes critérios: frequência de ida aos jogos, ou seja, os torcedores que se declararam frequentes nos jogos e se disponibilizaram a participar, concedendo a entrevista.

Aos gestores municipais da cidade de Ipatinga e Betim e ao gestor do clube, foram aplicadas entrevistas semiestruturadas. As entrevistas foram gravadas utilizando um aplicativo de celular como gravador de voz e, posteriormente, transcritas de forma manual. As falas foram transcritas na íntegra para a forma escrita e, posteriormente, foram feitas as correções gramaticais a fim de tratar a informação nelas contidas, sempre preservando o sentido do texto, não acarretando prejuízo para a mensagem.

Em relação aos relatos dos gestores municipais, o objetivo foi analisar as relações estabelecidas entre o futebol e o poder público. Os gestores municipais forneceram importantes informações e pistas na tentativa de elucidar os motivos que levaram os responsáveis pelo Clube a optar pela escolha da cidade de Betim como sua nova sede, bem como a decisão de retornar para sua cidade de origem.

Para a organização e análise dos dados contidos nos formulários, eles foram tabulados com a utilização do *software* SPSS para Windows, versão 21. Foram gerados relatórios, gráficos e tabelas baseados na estatística descritiva.

Já, na organização e análise dos dados qualitativos (as entrevistas semiestruturadas), foi utilizada a análise de conteúdo proposta por Bardin (2011), que estabelece três polos cronológicos, a saber: a fase de pré-análise, que constitui a organização dos dados e a escolha do material a ser analisado; a fase de exploração do material, em que, a partir da fase de organização dos dados, foi realizada codificação e a categorização dos componentes analisados e, por fim, a fase de tratamento dos resultados e interpretação, que consiste na sua leitura por meio da análise para fomentar a discussão e realizar possíveis inferências.

Conforme Bardin (2011), a análise de conteúdo tem como definição, um conjunto de técnicas de análise das comunicações. Segundo a autora, numa primeira fase, devemos sistematizar o conjunto de tipos de comunicação segundo dois critérios: a quantidade de pessoas implicadas na comunicação e a natureza do código e do suporte da mensagem. No presente caso o *código e o suporte linguístico* compreende o escrito e o oral. A comunicação é dual, ou seja, em diálogo (escrito: questionário, oral: entrevistas e conversas), num grupo restrito (escrito:

comunicações trocadas dentro de um grupo, oral: entrevistas, conversas de grupo de qualquer natureza) ou por meio da comunicação de massa (escrito: jornais, livros, anúncios, revistas, cartazes, textos jurídicos; oral: discursos, filmes, publicidade).

A pré-análise é a organização do material com o objetivo de torná-lo operacional. A transcrição das entrevistas foi realizada, submetendo-as sob o mínimo de tratamento gramatical, sem prejuízo para a mensagem. A leitura flutuante foi essencial para a escolha dos documentos, a formulação de hipóteses e objetivos, além da referenciação dos índices.

Posteriormente, as entrevistas foram submetidas à análise temática e sequencial, observando-se as regras propostas por Bardin (2011) de exaustividade que leva em consideração todos os elementos que compuseram o *corpus* da análise; de representatividade, que considera a escolha da amostra a ser analisada. Levados em conta os critérios que dependem do objeto de análise, podemos reduzir a amostra de forma pensada e proceder a diminuição de parte da entrevista submetida a análise. “Nem todo o material de análise é suscetível de dar lugar a uma amostragem, e, nesse caso, mais vale abstermo-nos e reduzir o próprio universo (*e,* portanto, o alcance da análise) se este for demasiado importante” (BARDIN, 2011, p.127).

A regra da pertinência orienta que os documentos estudados devem ser adequados como fonte de informação, devendo ser relacionados ao objetivo da análise. Por fim, a regra da homogeneidade prevê que os documentos retidos devem ser homogêneos, devendo obedecer a critérios precisos de escolha, não apresentando elementos de singularidade além desses critérios.

> As entrevistas de inquérito efetuadas sobre um tema devem referir-se a ele, ter sido obtidas por intermédio de técnicas idênticas e ser realizadas por indivíduos semelhantes. Esta regra é, sobretudo, utilizada quando se deseja obter resultados globais ou comparar entre si os resultados individuais (BARDIN, 2011, p.128).

A exploração do material constitui a segunda fase de análise e consiste na exploração do material com a definição de categorias por meio de um sistema de codificação (categorias primárias, conceito norteador, categoria secundária e categoria final).

A terceira fase é o tratamento dos resultados, inferência e interpretação em que ocorreu o destaque das informações para a análise culminando nas interpretações inferenciais; é o momento da intuição, da análise reflexiva e crítica.

Este trabalho não teve como objetivo a análise documental, e os documentos que fizeram parte do seu *corpus* foram utilizados como um complemento das falas dos entrevistados, bem como para fornecer subsídio e estabelecer um contraponto com as entrevistas.

Embora este trabalho não apresente objetivos de pesquisa histórica como aporte metodológico, foi necessária a compreensão da constituição do campo esportivo, nas cidades pesquisadas, para a observação e entendimento de como se deu o processo de apropriação pela torcida.

Após a introdução, no segundo capítulo desta dissertação, nomeado *O futebol na era da globalização – apontamentos sobre as transformações absorvidas e os impactos para os torcedores*, descrevo algumas particularidades do processo de profissionalização dos atletas por que passou o futebol brasileiro, o processo de profissionalização administrativa que foi institucionalizada. Além disso, faço um levantamento da nova ordem econômica do futebol com suas origens na legislação que vem sendo aprimorada desde a década de 1990 com a promulgação da Lei Zico e Lei Pelé e a proposta modernizante.

Seguindo por esse capítulo, descrevo algumas concepções que o futebol brasileiro incorporou como forma de se adequar e entrar na concorrência com o mercado internacional, adotando uma política de mercado e modificando suas relações com o público pagante que passa a ser consumidora de uma mercadoria chamada futebol. Ainda nesse capítulo, traço um perfil do futebol visto pela lógica empresarial, além de situar o torcedor nesse processo com a criação do Estatuto de Defesa do Torcedor. Mais a frente, abordo o processo competitivo no futebol profissional ditado pelo poder econômico e, por fim, o financiamento do futebol e a influência estatal no esporte, que o utilizou como política de governo que terminou por estabelecer uma proposta de modernização conservadora, conforme Santos (2011).

Finalizo este segundo capítulo apresentando o futebol como meio de discussão de assuntos relevantes socialmente, as reivindicações, as manifestações e as resistências a esse modelo de organização imposto pelo mercado de consumo.

No terceiro capítulo, *A ida a campo – o clube, os torcedores*, apresento os dados qualitativos dos formulários preenchidos junto aos torcedores do Ipatinga FC. Realizei a análise quantitativa dos formulários aplicados aos torcedores do Ipatinga FC utilizando o *software* SPSS versão 21 e os gráficos e tabelas elaborados a partir do cruzamento dos dados de entrada.

Inicialmente, faço uma breve revisão de alguns conceitos que permeiam a discussão da migração dos clubes de futebol, numa perspectiva identitária dos torcedores com os clubes e em consonância com Hall (2009), de que as identidades fazem parte de um processo de aquisição de práticas que invocam uma origem ou um passado histórico em costura com o universo territorial, que traz significado a determinado grupo social.

Abordo também o entendimento da dimensão simbólica de identificação que é definida por Llopis Goig (2006), como etnoterritorial. Na sua definição, os clubes representam cidades, regiões ou nações em que transformam as competições em espaço simbólico de confrontação identitária.

Seguindo, apresento um histórico do clube que é o objeto deste estudo: o Ipatinga FC. No terceiro tópico, descrevo o perfil dos torcedores do clube com foco principal nos aspectos socioeconômicos; no quarto item, abordo a relação entre torcedor e clube antes da sua saída da cidade; no quinto tópico, o relacionamento enquanto o clube esteve fora da cidade e finalizo com a relação do torcedor após o retorno do clube para a cidade de Ipatinga.

Dedico o quarto capítulo às entrevistas com os torcedores da cidade de Betim e apresento as percepções dos sujeitos sobre a rápida passagem do Betim EC na cidade. Os torcedores e sua relação com o clube e o futebol como opção de lazer e o torcer após a saída do clube da cidade foram os eixos de análise.

No quinto capítulo intitulado *Compreendendo o processo migratório: análise das entrevistas dos gestores municipais e do gestor do clube* inicio com uma breve discussão em relação ao processo migratório no futebol e o estabelecimento de um marco territorial para a compreensão do fenômeno conforme Haesbaert (2011). No futebol, a (re)territorialização configura-se como um processo contínuo e dinâmico, dadas as novas possibilidades econômicas e geográficas que se estabelecem atualmente, no sentido de encurtamento do espaço-tempo, diminuição das fronteiras, possibilidade de deslocamento em grandes distâncias físicas, em um

curto período de tempo, e o rompimento das barreiras virtuais em função do processo de globalização.

Em seguida apresento alguns dados sobre os entrevistados e, posteriormente, em um terceiro item, abordo as entrevistas dos gestores municipais e do clube sob a ótica da análise de conteúdo proposta por Bardin (2011). Os eixos de análise que foram constituídos pelo processo de análise temática são os seguintes: contexto da saída do clube de Ipatinga e a escolha de Betim como sede; a administração do clube e a percepção nas relações entre clubes de futebol e prefeituras; a relação com a torcida e o retorno para Ipatinga. Esses conceitos nortearam as discussões em torno da migração do clube e as interseções com o torcedor, a partir dos conteúdos das entrevistas dos gestores. Por último, apresento as considerações finais.

2 O FUTEBOL NA ERA DA GLOBALIZAÇÃO – APONTAMENTOS SOBRE AS TRANSFORMAÇÕES ABSORVIDAS E OS IMPACTOS PARA OS TORCEDORES

Neste capítulo realizei uma descrição do cenário futebolístico recuperando alguns dados da história dos primórdios desse esporte na Inglaterra, referentes à profissionalização e consequente descoberta pelo mercado. No Brasil, numa sequência um pouco mais tardia sob a forte influência de São Paulo e Rio de Janeiro, Minas Gerais começa seu movimento de instituição do profissionalismo de maneira conservadora. São os elementos da globalização do futebol que tem no megaevento Copa do Mundo uma de suas marcas registradas.

Na sequência, aponto algumas transformações ocorridas no futebol no contexto da globalização desde a década de 1990 quando da elaboração da Lei n. 8.672/93, de 06 de julho, conhecida como a Lei Zico, bem como da promulgação da Lei n. 9.615/98, de 24 de março, chamada de Lei Pelé. Ambas com a missão de regulamentar e dar início à modernização do sistema esportivo brasileiro que, desde 1975, era gerido pela Lei n. 6.251/75, de 09 de outubro (PRONI, 2000).

Essas e outras medidas abriram a porta para uma sequência de mudanças na maneira de organizar e administrar o futebol no Brasil aproximando-se ao mercado futebolístico no plano internacional, incorporando regras de mercado que já eram utilizadas com sucesso nesses países e as transformações sociais que elas promoveram na sociedade que tem o futebol como uma das principais opções de lazer.

Apesar da evolução, conforme Santos (2011), essa modernização ocorrida no futebol, sob o ponto de vista da legislação e da intervenção estatal, pode ser considerada conservadora no esporte, pois, apesar de promover mudanças significativas, concentrou o poder nas federações e na CBF.

2.1 O futebol na era da globalização

Na Inglaterra, a mercantilização do futebol era uma realidade desde o final do século XIX. O futebol espetacularizado já era popular e uma das principais fontes de lazer dos trabalhadores do meio urbano. Essa popularidade transformou

os clubes em alvos atraentes, e a potência industrial imperialista que constituía a Inglaterra, no final dos anos 1880, era o grande centro desenvolvimentista do capitalismo moderno. Giulianotti e Robertson (2009) descrevem que o Football Association foi dominado pelas elites do sul da Inglaterra. Contudo, as equipes da classe trabalhadora se multiplicaram nas escolas, nas paróquias e nos locais de trabalho, beneficiados pelo aumento do tempo de lazer, particularmente nas tardes de sábado.

A atividade mercantil dos clubes de futebol da época passou a exigir cada vez mais uma estrutura de torcedores pagantes que sustentasse o espetáculo do futebol. Para sustentar essa competitividade cada vez maior, os clubes passaram a contratar jogadores assalariados de destaque para comporem seus quadros e fazerem frente às outras equipes. Além disso, essa remuneração representava uma possibilidade de renda extra para o trabalhador assalariado, tendo em vista que eles não largariam seus empregos nas fábricas para viverem exclusivamente do futebol. Surgia aí a semente para a profissionalização do futebol na Inglaterra, apesar da oposição da nobreza que fazia parte dos quadros da administração dos clubes e que eram opositores a qualquer tipo de remuneração para os jogadores sob o risco de ferir o ideal olímpico forjado na prática do esporte amador (GIULIANOTTI, 2010).

Paralelamente às resistências enfrentadas, as justificativas dos dirigentes dos clubes eram que a estrutura do futebol estava crescendo e, com o aumento cada vez maior de público durante as partidas, investimentos precisavam ser feitos para melhorar a qualidade do espetáculo, dentre elas, a contratação de jogadores assalariados em seus elencos o que poderia aumentar o crescente público pagante e, consequentemente, a renda dos jogos.

Assim, diante do processo de profissionalização já considerado irreversível, em 1885, a Football Association reconheceu oficialmente, em 1885, a legitimidade da contratação de jogadores assalariados. Simultaneamente, os clubes alteraram seus estatutos jurídicos, transformando as associações criadas para a prática do esporte amador em organizações empresariais submetidas às mesmas regras de mercado de qualquer empresa formal objetivando adequar o futebol às regras e exigências do mercado e atrair investidores (NASCIMENTO, 2013, p.35 e 36).

Sobre a profissionalização do futebol inglês, Proni (2000) afirma que

> [...] a transformação do futebol inglês numa atividade organizada empresarialmente e sua relação simbiótica com a televisão representaram um ruptura com os princípios e instituições que nortearam o esporte bretão por mais de cem anos. Uma gestão moderna e profissional do esporte-espetáculo exigiu uma revisão na mentalidade dos dirigentes e um aprimoramento da noção de futebol empresa. As mudanças implementadas abriram as portas para a capitalização dos clubes, inclusive por meio do lançamento de ações na bolsa de valores (PRONI, 2000, p.66).

O início do futebol no Brasil teve o amadorismo como principal característica e se sustentou na possibilidade de se desenvolver no meio aristocrático. Chegou nobre e, logo, se espalhou pela periferia e pela classe trabalhadora que via na sua prática uma possibilidade de vivenciar os *matches* à sua maneira e com as condições materiais que fizeram desse esporte o mais popular do Brasil.

Guterman (2009) refere-se ao processo transitório do futebol no Brasil elencando seu caráter elitista e, ao mesmo tempo, popular. Essas contradições que também traziam um componente racial muito forte permearam o futebol durante décadas.

> A fase de transição do futebol coincidiu com a da própria sociedade do Brasil. A primeira década do século XX terminaria ainda dividida entre o amadorismo e o profissionalismo, entre o caráter elitista e popular do futebol e entre a alvura dos seus jogadores e a introdução do elemento negro, que mudaria drasticamente o cenário do esporte no Brasil (GUTERMAN, 2009 p.37).

Nos primórdios do futebol no Brasil, os jogadores eram amadores, não recebendo proventos para atuarem nos clubes que estavam se iniciando ou, mesmo, em um estado de desenvolvimento um pouco mais avançado.

Na capital mineira, havia uma discussão em torno da profissionalização dos jogadores de futebol. Em meio ao crescente número de torcedores, que lotavam os estádios de futebol, se iniciou um embate entre os dirigentes dos clubes. Os principais jogadores da capital mineira estavam seduzidos pelo mercado paulista e carioca que, em alguns clubes, já pagavam aos jogadores e, assim, para evitar a migração para esse mercado em início, Palestra Itália e Atlético Mineiro já estudavam maneiras de financiar os atletas.

No início da década de 1930, as ligas de São Paulo e Rio de Janeiro progrediam para um profissionalismo irreversível. Já, em Belo Horizonte, o processo

foi iniciado em 1933 sob um discurso moralista e conservador dos que eram envolvidos com o futebol na cidade. O êxodo dos jogadores para os mercados paulista e carioca ameaçava o futebol local e contribuiu para o movimento de profissionalização proclamado pelos clubes mineiros (MOURA, 2012).

O tema globalização e futebol é um assunto praticamente inesgotável, sendo necessário fazer um recorte. As formas de se vivenciar o futebol são reinventadas, o futebol passa a ter novas maneiras de ser apresentado e, até mesmo, ofertado. A evolução da transmissão televisiva e o surgimento de outros meios de transmissão, como a internet, fizeram com que o futebol encurtasse as distâncias e ampliasse os seus mercados.

Giulianotti e Robertson (2012) reportam que a globalização é caracterizada pelo aumento da interligação ou conectividade global, sendo o futebol um poderoso e significativo catalizador do processo de globalização. Exemplo disso é a realização da Copa do Mundo de Futebol que atrai milhares de adeptos e espectadores de diferentes nacionalidades que acompanham o evento pela televisão, modelo que registra essa conectividade global.

Na linha do tempo do futebol brasileiro analisado, nos diversos aspectos que influenciaram sua estrutura e seu desenvolvimento, passando pela interferência do Estado, pelas políticas econômicas que procuravam estabelecer parâmetros para a economia nacional e a influência advinda do mercado externo e suas relações com a política neoliberal, o futebol brasileiro não ficou inerte. Ele absorveu importantes transformações que produziram efeitos e modificaram sua relação com os torcedores.

O recorte temporal compreende a partir do ano de 1990, quando a alteração da legislação esportiva deu um passo significativo para a organização e estruturação esportiva no País. Partindo desse ponto até a realização da Copa do Mundo da FIFA no Brasil, em 2014, podemos observar a manutenção e o agravamento da crise financeira nos principais clubes, as influências e pressões sofridas pelo futebol brasileiro advindas principalmente do futebol europeu, sendo essa região com o maior atrativo financeiro e a consequente transferência de jogadores para esses mercados[23].

[23] Atualmente, outros mercados como a China, Europa Oriental e Oriente Médio, também são referência na transferência de jogadores brasileiros, em virtude das vultosas negociações e salários elevados.

Em compensação a esses fatos, é interessante analisar como os clubes de futebol sustentavam sua estrutura, como e quais eram as fontes de renda, a influência da televisão aberta em relação direta com os direitos de transmissão pagos aos clubes, a entrada e a disseminação dos canais de TV a cabo na cobertura dos campeonatos, a possibilidade de os clubes tornarem-se clubes-empresa, a descoberta do *marketing* esportivo pelo futebol com os contratos de patrocínio e as possibilidades de exploração da marca, a vinda da Copa do Mundo para o Brasil, antecedida pela Copa das Confederações.

Em particular, esse megaevento, a Copa do Mundo, foi pautado pela reforma e construção de novos estádios[24], agora denominados arenas e as parcerias com as administradoras desses novos espaços, os novos hábitos impostos, o padrão FIFA de qualidade, uma expressão que veio a público por meio dos relatórios produzidos pela entidade que eram um meio de classificação dos produtos e serviços exigidos e oferecidos pela detentora dos direitos do evento. A expressão foi disseminada e tomou conta do vocabulário local, sendo explorada amplamente pela mídia, falada nas ruas pelo Brasil afora.

A Copa em si representou um momento de discussão de alguns assuntos elevando também a discussão quanto à aprovação sobre sua realização em solo brasileiro. Para Damo (2012), existem os promotores ou todos aqueles que apresentaram argumentos favoráveis à realização do megaevento. O outro grupo é o de contestadores, formado por um grupo de opositores à realização do evento. Ambos têm argumentos consistentes e também frágeis e apresentam posições extremas.

2.2 As mudanças na legislação esportiva e as projeções sobre o futebol

A década de 1990 foi marcada por um grande movimento em torno da modernização do futebol com discursos focalizados de jornalistas, dirigentes de clubes e dirigentes políticos. O foco principal era a adequação da legislação vigente a uma estrutura que pudesse atender aos interesses de um mercado que se tornaria

[24] Além da construção e reforma de estádios, outras medidas foram implementadas em todas as 12 cidades-sede. Foram obras de melhoria nos sistemas de mobilidade urbana, obras de melhoria na infraestrutura aeroviária e portuária; implantação de uma política de turismo.

globalizado e para fazer frente a outros mercados que há algum tempo desenvolviam o futebol capitalizado com a forma de um produto comercializado e com grandes possibilidades de lucro.

Até então, o desporto brasileiro era regido pela Lei n. 6.251/75 [25] que promoveu inovações na época de sua criação como a distinção entre as modalidades esportivas passando a classificar o desporto como comunitário, estudantil, militar e classista. Em 25 de agosto de 1977, o Decreto n. 80.228/77 apenas regulamentou a lei anterior, mantendo a continuidade da centralização do poder com o fortalecimento das Confederações e Federações conforme o disposto no artigo 36. [26] O futebol cada vez mais avançava no conceito da profissionalização, inclusive com a regulamentação da Lei do Passe, descrito na Lei n. 6.354/76 [27] que regulamentava as relações de trabalho do atleta profissional de futebol com o clube (MEZZADRI, 2007).

Em meio à desclassificação da seleção brasileira na Copa do Mundo da Itália pela Argentina, em 1990, o jornalista Juca Kfouri descreveu, em sua coluna numa das principais revistas de futebol da época, a expectativa em torno da aprovação de uma lei que, para os defensores da implantação da modernidade, poderia alterar o curso do futebol brasileiro.

> O Brasil Novo diz ter um compromisso com a modernidade. No futebol isso passa pela aprovação da lei que permite aos clubes viverem como empresas, em trâmite no Congresso Nacional. Um passo decisivo para estabelecer responsabilidades do lado que paga e do lado que recebe. Uma medida que o capitalismo exige para os esportes de competição, sem a qual vamos perder o trem da história e ver a taça ser ganha sempre pelos outros. A questão não é só

[25] A Lei n. 6.251/75, de 8 de outubro de 1975 instituía normas gerais sobre os desportos e continha 52 artigos e os seguintes dispositivos: I. DA POLÍTICA NACIONAL DE EDUCAÇÃO FÍSICA E DESPORTOS; II. DO PLANO NACIONAL DE EDUCAÇÃO FÍSICA E DESPORTOS; III. DOS RECURSOS PARA OS DESPORTOS; IV. DO SISTEMA DESPORTIVO NACIONAL; V. DO DESPORTO COMUNITÁRIO; VI. DO COMITÊ OLÍMPICO BRASILEIRO; VII. DO DESPORTO ESTUDANTIL; VIII. DO DESPORTO MILITAR; IX. DO DESPORTO CLASSISTA; X. DO CONSELHO NACIONAL DE DESPORTOS; DA COMPOSIÇÃO E ESTRUTURA DO CONSELHO NACIONAL DE DESPORTOS; XI. MEDIDAS DE PROTEÇÃO ESPECIAL DOS DESPORTOS. Alei em questão perdurou quase duas décadas, sendo revogada em 06 de julho de 1993 pela Lei n. 8.672/93, a Lei Zico. Disponível em: <http://legis.senado.leg.br/legislacao/ListaPublicacoes.action?id=205630&tipoDocumento=LEI&tipoTexto=PUB>. Acesso em: 10 jan2015.

[26] Decreto-Lei n. 80.228/77. Disponível em: <http://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1970-1979/decreto-80228-25-agosto-1977-429375-publicacaooriginal-1-pe.html> Acesso em: 10 fev.2015.

[27] A Lei n. 6.354/76, conhecida como Lei do Passe, originalmente de 02 de setembro de 1976, foi revogada pela Lei n. 12.395, de 16 e março de 2011. Disponível em: <http://www2.camara.leg.br/legin/fed/lei/1970-1979/lei-6354-2-setembro-1976-357010-normaatualizada-pl.html> Acesso em: 10 fev. 2015.

> cultural. É, sobretudo, econômica (REVISTA PLACAR, n.1.046, 06 de julho de 1990, p. 19)[28].

A compreensão desse processo de modernização, marcado no discurso dos governantes e nos noticiários da imprensa escrita, falada e televisiva, era explicita na "[...] introdução de novas diretrizes gerenciais, na revisão da legislação esportiva, na transformação do futebol num produto globalizado e na crescente aproximação com o mundo dos negócios" (PRONI, 1998, p. 7).

Ainda, segundo Proni (1998), havia três postulados nesse discurso modernizante. O primeiro diz que, frente às transformações no mundo esportivo ocorridas, sobretudo pelo processo de globalização, tais transformações convergiam para a conversão do esporte em um produto da indústria do entretenimento e que o futebol brasileiro deveria se modernizar para entrar no jogo capitalista que era imposto. Para isso, deveria se reestruturar em relação às formas de produção do espetáculo e na gestão dos clubes para *alavancar os negócios* e enfrentar a concorrência internacional.

O segundo postulado dizia que as instruções do mercado internacional deveriam ser seguidas dados os benefícios que a modernização traria ao País, à sociedade e ao esporte, carregando um valor positivo. Para isso, cabia ao Estado romper com a ineficiência e o atraso e criar as condições favoráveis para a instalação da gestão empresarial no futebol brasileiro.

O terceiro postulado era associado ao segundo e tratava da correlação que existe entre a profissionalização[29] da gestão esportiva, a transformação dos clubes em empresa, a criação da liga nacional e a racionalização dos torneios, de um lado, e a "[...] moralização do esporte, a transparência nas negociações, o fim

---

[28]Disponível em: http://books.google.com.br/books?id=oPabNzrVFOEC&printsec=frontcover&lr=&hl=pt-BR&rview=1#v=onepage&q&f=false> Acesso em: 20 dez.2014)

[29] Parece haver no Brasil um forte apelo para o discurso de modernização. Basta um evento global como uma Copa do Mundo e o insucesso nessa competição para retomarmos as mesmas aclamações do início da década de 1990, não somente no componente técnico e tático, afinal de contas temos mais de duzentos milhões de técnicos aptos a apresentarem as melhores soluções para resolver a *peleja* dentro do campo. A demanda, agora que o potencial econômico do futebol é mais explorado, é pela profissionalização dos gestores. O relatório da Pluri consultoria, de 28 de julho de 2014, dias após a derrota vexatória da Seleção Brasileira para a Alemanha por 7 a 1, e sua eliminação da Copa de 2014, é enfático: "Até quando os clubes serão geridos por torcedores 'apaixonados', sem qualificação e com dedicação parcial ao trabalho?" (PLURI, 2014, p. 2). O relatório ainda explica que é necessário superar a visão *romântica do Dirigente apaixonado* e que, sob esse regime, os clubes não conseguem a eficiência necessária, produzindo efeitos terríveis na gestão, na ineficiência e no desperdício.

das manipulações políticas, a satisfação dos torcedores, de outro. Ou seja, a modernização é desejável, também, porque irá erradicar os males do nosso futebol" (PRONI, 1998 p.12).

Esse discurso modernizante pode ser entendido como uma pressão do mercado interno sobre o mercado futebolístico brasileiro. O Brasil já havia se consolidado como um país produtor e exportador de craques para o futebol internacional. Contudo havia uma cultura de que o produto de fora é melhor que o nosso e isso se aplicava, tanto ao modelo de gestão dos clubes, quanto à forma de se organizar o jogo. Podemos observar, pela fala do Jornalista Juca Kfouri, que o sucesso do futebol brasileiro estava condicionado à modernização da gestão esportiva. Sem ela, estaríamos fadados a ver o sucesso esportivo daqueles que entraram no jogo do futebol mundial.

2.3 A Lei Zico e a proposta de modernização

Embora não tenha suprido todas as necessidades que eram exigidas pelo mercado, a Lei Zico alterou consideravelmente a lei anterior, a Lei n. 6.251/75. A inovação da lei era a proposta de adaptar a legislação esportiva brasileira ao sistema esportivo mundial que era considerado moderno e incentivar a entrada do capital privado nas entidades de maneira profissional e organizada.

Pela primeira vez houve a possibilidade de os clubes, até então sociedades organizadas por meio de associações sem fins lucrativos, alterarem sua razão social e transformarem-se em sociedades comerciais tendo o lucro como finalidade, conforme disposto no artigo 11.

> Art. 11. É facultado às entidades de prática e às entidades federais de administração de modalidade profissional, manter a gestão de suas atividades sob a responsabilidade de sociedade com fins lucrativos, desde que adotada uma das seguintes formas:
> I - transformar-se em sociedade comercial com finalidade desportiva;
> II - constituir sociedade comercial com finalidade desportiva, controlando a maioria de seu capital com direito a voto;
> III - contratar sociedade comercial para gerir suas atividades desportivas.
> Parágrafo único. As entidades a que se refere este artigo não poderão utilizar seus bens patrimoniais, desportivos ou sociais para integralizar sua parcela de capital ou oferecê-los como garantia, salvo com a concordância da maioria absoluta na assembleia geral dos

> associados e na conformidade dos respectivos estatutos (LEI ZICO, art. 11).

A Lei Zico não promoveu alterações radicais na estrutura administrativa do futebol brasileiro. Para Helal (1997), o que estava em jogo, na resistência às mudanças na estrutura organizacional, era o poder. Segundo o autor, “o Projeto Zico era, em última instância, uma tentativa de atender, em termos formais, às principais reivindicações do Clube dos 13 e era visto como uma ‘tábua de salvação’ para a crise do futebol” (HELAL, 1997, p. 110). A reação da CBF e das federações ao projeto era mais que esperada e, após a saída de Zico do Ministério, em 1991, a CBF anunciou que faria de tudo para tentar impedir a aprovação da lei no Congresso Nacional (HELAL, 1997).

Na perspectiva do autor supracitado, o modelo de futebol-empresa, adotado sem a transformação nas estruturas do poder, não altera a organização do futebol no País da maneira como deveria ser. Sendo assim, a modernização defendida por ele deveria vir acompanhada de uma mudança política entendida como uma autonomia maior dos clubes em organizar os campeonatos.

Nos termos da Lei, foi permitida, à livre escolha dos dirigentes, a opção de alteração de sua razão social e implantar *uma profissionalização da gestão*. Contudo, a lei abriu as portas para o funcionamento das casas de jogos em todo o Brasil, conforme artigo 57.

> Art. 57. As entidades de direção e de prática filiadas a entidades de administração em, no mínimo, três modalidades olímpicas, e que comprovem, na forma da regulamentação desta Lei, atividade e a participação em competições oficiais organizadas pela mesma, credenciar-se-ão na Secretaria da Fazenda da respectiva Unidade da Federação para promover reuniões destinadas a angariar recursos para o fomento do desporto, mediante sorteios de modalidade denominada "Bingo", ou similar.
>
> §1º O órgão competente de cada Estado e do Distrito Federal normatizará e fiscalizará a realização dos eventos de que trata este artigo.
> §2º Quando se tratar de entidade de direção, a comprovação de que trata o **caput** deste artigo limitar-se-á à filiação na entidade nacional ou internacional.

Como proposto na lei, o objetivo era captar recursos para promover o desenvolvimento do esporte mediante a apresentação da comprovação de participação em competições organizadas de três modalidades olímpicas. Assim,

haveria a autorização para a abertura das casas de jogos, quando haveria o repasse de um percentual para os clubes. Na prática, o valor repassado aos clubes era ínfimo[30] em relação aos valores arrecadados e não houve o devido investimento nas modalidades olímpicas, bem como a fiscalização dessas organizações tornou-se inviável, conforme descreve Proni (1998, p. 231).

> Proliferaram as casas de Bingo com nomes de clubes de futebol, além dos sorteios de automóveis em estádios, mas poucas equipes de fato se beneficiaram dessas atividades, tendo em vista que as empresas responsáveis repassavam uma parcela muito pequena do que era arrecadado, quando não deixavam as dívidas para serem pagas. A aprovação desmedida de casas de Bingo acabou gerando um escândalo político na Câmara dos Deputados, em 1996.

Em linhas gerais, mesmo com todas as críticas, a Lei Zico se apresentou como uma introdução ao processo que trouxe mudanças do ponto de vista do mercado, significativas ao longo do tempo, reduzindo um pouco a intervenção estatal no futebol brasileiro e criando condições para a profissionalização da gestão no futebol.

2.4 A Lei Pelé e o renascimento da ideia do futebol-empresa

A Lei n. 9.615/98 foi publicada em 24 de março de 1998, apelidada de Lei Pelé pela ocasião da ocupação do cargo de Ministro Extraordinário dos Esportes pelo ex-jogador. Seu objetivo era aperfeiçoar a legislação anterior e, apesar de manter grande parte do texto anterior, modificou alguns artigos considerados vitais para a concepção de uma nova estrutura administrativa para o futebol brasileiro com a obrigatoriedade de os clubes alterarem seus estatutos e se transformarem em associações comerciais conforme seu artigo 27.

> Art. 27 As atividades relacionadas a competições de atletas profissionais são privativas de:
> I - sociedades civis de fins econômicos;
> II - sociedades comerciais admitidas na legislação em vigor;
> III - entidades de prática desportiva que constituírem sociedade comercial para administração das atividades de que trata este artigo.

[30] O valor a ser repassado era de 7% do valor bruto arrecadado.

> Parágrafo único. As entidades de que tratam os incisos I, II e III que infringirem qualquer dispositivo desta Lei terão suas atividades suspensas, enquanto perdurar a violação.

Enquanto na Lei Zico era facultativo, a Lei Pelé deu o cunho obrigatório. Os clubes teriam o prazo de dois anos[31] a partir da publicação para se adequarem. Poderia transformar-se em empresa a entidade de prática desportiva que assim o desejasse, nas três modalidades previstas na lei anterior: transformação da entidade desportiva em sociedade comercial com finalidade desportiva; constituição de uma sociedade comercial com finalidade desportiva, tendo a entidade de prática desportiva, anteriormente existente, o controle da maioria de seu capital com direito a voto; e, finalmente, teria a entidade de prática desportiva a faculdade de contratar uma sociedade comercial com a única finalidade de gerir suas atividades desportivas, o que, evidentemente, se faria com o objetivo maior de obtenção de lucro.

Esse grande impulso em busca da tão aclamada modernização do futebol brasileiro, mesmo com grande atraso em relação a outros mercados, como o europeu e, até mesmo, o japonês, elevou a relação mercadológica do nosso futebol com as empresas e com a mídia. Alguns clubes se associaram a empresas multinacionais[32]. Os campeonatos eram vislumbrados como produtos de grande rentabilidade e valorizados pelo mercado publicitário, e os clubes passaram a receber os direitos de imagem gerados sobre a transmissão dos jogos pela televisão aberta.

A relação com os torcedores inaugurou uma era de consumo em que houve um grande investimento pelos clubes na criação de departamentos de marketing esportivo para o estreitamento da relação com seus novos consumidores de seus escudos, sua marca.

Apesar dessas novas descobertas de captação de receita, os clubes brasileiros não conseguiam um equilíbrio financeiro a fim de cobrir integralmente suas receitas, fazer obras de melhoria nos seus clubes e estádios e manter seus

---

[31] Em 21 de dezembro de 1999, foi publicada a Lei n. 9.940/99 que alterava a redação do artigo 94, mudando o prazo para a adaptação dos estatutos dos clubes transformando-os em empresa de dois para três anos. Mais tarde, a Lei n.9.981/00 promoveu uma alteração sistemática na Lei Pelé, tornando novamente facultativa a transformação dos clubes em sociedades comerciais. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9981.htm> Acesso em: 10 jan.2015.

[32] Um exemplo é caso da Sociedade Esportiva Palmeiras e o processo de cogestão com a empresa italiana Parmalat.

principais jogadores nos elencos de suas equipes. Não havia como competir com o mercado internacional.

Segundo Mezzadri (2007), embora os clubes tendo conseguido manter alguns privilégios com a aprovação da Lei Pelé, pela razão de terem um número expressivo de representantes no Congresso, os maiores beneficiados foram os jogadores, com o término da Lei do Passe, possibilitando uma nova ordem para o futebol brasileiro. “Essas mudanças só foram possíveis, porque, o futebol estava entrando na lógica de mercado. Desta maneira profissionalização ganhava cada vez mais espaços no interior do campo esportivo” (MEZZADRI, 2007. p.125).

Contudo, com o futebol ganhando projeções no mercado de consumo e estabelecendo novas diretrizes para os processos, produtos, mercadorias e consumidores, faltava uma legislação que atendesse a esses atores que se localizavam na outra ponta da cadeia de interesses em que se transformou o espetáculo futebolístico: os torcedores.

2.5 O Estatuto de Defesa do Torcedor

Em 2003, foi sancionada a Lei n. 10.671, de 15 de maio, conhecida como o Estatuto de Defesa do Torcedor (EDT). A Lei é dividida em 12 capítulos e 45 artigos e estabelece normas de proteção e defesa do consumidor.

Pela lógica do mercado do capital, o torcedor passou oficialmente a ser um consumidor ativo de um produto garantindo todos os direitos que um consumidor tem. Abrangendo desde a transparência na organização, do regulamento da competição, a segurança do torcedor partícipe do evento esportivo, ingressos, transporte, alimentação, higiene, relação com a arbitragem, relação com os clubes e com a justiça esportiva até as penalidades. A lei é muito abrangente e a ideia é que o consumidor possa exigir dos clubes e federações o real cumprimento do campeonato (MEZZADRI, 2007).

Um jogo de futebol não é um produto com características materiais, um produto físico que pode ser devolvido em caso de defeito, implicando a necessidade de um regulamento específico. Nesse caso, esse produto temporário que é consumido pelo torcedor se configura como uma competição com chances

igualitárias entre as partes envolvidas, e a proteção desse caráter igualitário deve ser entendida como objetivo secundário do Estatuto do Torcedor (CURI et al. 2008).

Como afirma Duarte (2004), a Lei Pelé já dispunha que o torcedor era um consumidor e, consequentemente, as entidades organizadoras do evento já eram consideradas fornecedoras do evento. Contudo, ainda havia dúvidas em relação à aplicação do Código de Defesa do Consumidor, fundamentado em pontos contraditórios como, por exemplo, o suposto caráter não lucrativo dos clubes, o que poderia ser interpretado como se não houvesse relações de consumo, pois essa relação é baseada no lucro.

Na perspectiva de transformações legais, o Estado transfere para o torcedor a obrigação de identificar as possíveis falhas nessa relação mercadológica e ele tem que se tornar profundo conhecedor do EDT para exigir o cumprimento das medidas que passam a ser de direito. Como explica Nascimento (2013),

> [...] no Brasil, apesar da inegável importância econômica da participação do *torcedor* nos negócios do futebol, a proteção e a defesa de seus direitos nas hipóteses legais, em que se equipara à figura do *consumidor*, ainda são tênues. A intransigência das entidades desportivas em descumprir obrigações e direitos garantidos em lei parece encontrar amparo na omissão e na ineficiência das autoridades responsáveis pela fiscalização das atividades desportivas exercidas em regime profissional e por autuar condutas ilegais. A baixa efetividade e eficiência das normas de proteção aos direitos do torcedor enquanto consumidor manteve-se mesmo diante da *equiparação expressa do espectador pagante* e do *torcedor partícipe* a consumidor, pela Lei Pelé e Estatuto de Defesa do Torcedor (EDT) (NASCIMENTO, 2013 p.80).

Ainda, segundo Nascimento (2013), aplica-se ao futebol a regra de que qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração,[33] deve estar sujeita às regras de proteção de defesa do consumidor. Portanto, a relação entre os clubes de futebol, que assumiram essa identidade comercial, e os torcedores que são tratados como consumidores é um tanto controversa, pois, apesar dessa função econômica, os clubes, por meio de seus dirigentes, acabam não reconhecendo os direitos dos torcedores inerentes a essa relação.

O espetáculo esportivo, assim concebido pelas novas tendências modernizantes, encontrou no futebol brasileiro, mesmo com suas características

[33] Lei n. 8.078, o Código de Defesa do Consumidor, artigo 3º, § 2º.

baseadas em valores e tradições, um meio de propagação da lógica de mercado enquanto um discurso dominante acerca da implantação de um modelo empresarial.

Em um estudo sobre o EDT, analisando os artigos que se referem à segurança e ao controle de atos violentos, Campos et al. (2008) entrevistaram torcedores durante o Campeonato Brasileiro da Série A, em 2007, para tentar estabelecer um diálogo entre os sujeitos e as fontes oficiais relativas às ocorrências e registros no Estádio Mineirão.

Elencada como um dos principais motivos de esvaziamento dos estádios de futebol pela opinião pública, a contenção dos atos de violência parece ser uma das principais preocupações do estatuto, juntamente com a regulamentação das regras de consumo entre torcedores e clubes, considerados os promotores do evento.

O estudo de Campos et al. (2008) concluiu que, apesar das intenções do EDT em proteger o torcedor dos atos de violência, a percepção dos torcedores por meio das entrevistas realizadas, demonstrou uma divergência entre os dados coletados com os torcedores e os dados oficiais, o que demonstra que a sensação de segurança percebida não foi plena.

Seguindo as tendências que se apresentam na atualidade em relação à nova ordem econômica do futebol e suas novas demandas e possibilidades mercadológicas, o EDT constitui um mecanismo de proteção e normatização, estabelecendo deveres e obrigações para as partes envolvidas nos eventos esportivos.

A intenção clara de coibir os atos de violência, parece fazer parte de um processo de reordenamento dos espaços dos estádios com o objetivo de transformá-los em locais mais seguros para o considerado torcedor consumidor.

2.6 A espetacularização do futebol empresa

> Toda a vida das sociedades nas quais reinam as condições modernas de produção se anuncia como uma imensa acumulação de *espetáculos*. Tudo o que era diretamente vivido se esvai na fumaça da representação.
> As imagens fluem desligadas de cada aspecto da vida e fundem-se num curso comum, de forma que a unidade da vida não mais pode ser restabelecida. A realidade considerada *parcialmente* reflete em sua própria unidade geral um pseudo mundo *à parte*, objeto de pura

> contemplação. A especialização das imagens do mundo acaba numa imagem autonomizada, onde o mentiroso mente a si próprio. O espetáculo em geral, como inversão concreta da vida, é o movimento autônomo do não-vivo (DEBORD, 2003, p 03).

O espetáculo, na concepção de Debord (2003), está presente em toda a sociedade. Para esse autor, o espetáculo pode ser definido como o conjunto das relações sociais mediadas pelas imagens, sendo impossível a separação entre essas relações sociais e as relações de produção e consumo de mercadorias, exercendo uma interdependência entre o processo de acúmulo de capital e o processo de acúmulo de imagens. No contexto do esporte espetáculo, no caso, o futebol, o *marketing* desempenha um papel imperativo ilustrando o que Debord (2003) quis dizer: tudo está mercantilizado e envolvido por imagens.

A mercadorização do futebol abrange o conceito mercantilização do lazer. Sua fruição acontece no tempo livre e esse tempo passa a ser apropriado pela indústria cultural como um momento potencial de consumo. Para Mascarenhas (2005), o capital penetrou no mundo do lazer tornando o prazer um poderoso instrumento para sua autovalorização num mundo de muito trabalho e pouco tempo livre. Se antes o lazer era vinculado às necessidades de produção, agora ele passa a se submeter diretamente ao controle do capital tomando a forma de mercadoria.

No futebol pode ser observado um grande investimento em publicidade. É talvez o esporte mais utilizado em campanhas publicitárias. A indústria do entretenimento o trata como produto, e seu potencial de consumo é explorado enquanto mercadoria.

O processo de descoberta mútua entre o futebol brasileiro e o *marketing* deu-se a partir da implantação da lógica de mercado nos clubes e a incorporação de medidas comuns ao meio empresarial. A adoção dessas medidas traz consigo novos processos, novas mercadorias e novos atores, incluindo uma vasta clientela consumidora da mercadoria. Assim, o futebol torna-se o carro chefe da indústria do entretenimento, sendo explorado de diversas maneiras, constituindo o tema central do apelo publicitário para vender de tudo, e sua plasticidade permite que seja comercializado de diversas formas (ALVITO, 2006).

Os torcedores de futebol apaixonados comportam-se como verdadeiros consumidores que passam a valorizar as marcas que se associam aos clubes em um processo de interação que reforça os vínculos afetivos entre eles. Reforçar os

vínculos significa adquirir produtos e serviços diversificados ofertados por diversos setores parceiros desse segmento do mercado (NASCIMENTO, 2013).

É necessário fazer uma pequena intervenção, pois o futebol, sendo um esporte que tem uma série de pluralidades, também tem suas resistências ao modelo hegemônico de pensá-lo, que também tomou conta de outros esportes a partir de sua apropriação pelo mercado do entretenimento. Para Damo (2005), é uma obviedade afirmar que existe uma diversidade de formas de se vivenciar o futebol no Brasil. Damo (2005) propõe a divisão do futebol em quatro matrizes principais: espetacularizada, bricolada, comunitária e escolar. Na espetacularizada, o futebol é contíguo aos espetáculos artísticos e caracteriza-se por fatores como organização centrada e monopolista (FIFA e afiliadas), divisão social do trabalho dentro e fora de campo, a excelência performática em que existe todo o trabalho de preparação e treinamento no qual se encontram envolvidos os profissionais propriamente ditos.

Nas demais classificações do futebol a partir das matrizes futebolísticas, as variações do futebol podem ser vivenciadas a partir da unidade futebolística[34]. O futebol das peladas é um exemplo do futebol classificado por Damo (2005) como bricolagem. Nessa modalidade, joga-se com certo improviso, adequando-se as regras, os recursos materiais, o espaço de jogo, o tempo de duração das partidas e, até mesmo, o número de jogadores.

Caracterizado em uma faixa intermediária entre o futebol espetáculo e o futebol de bricolagem, encontra-se o futebol comunitário em sua dimensão mais conhecida: o futebol de várzea. Nesse futebol, estão presentes quase todos os elementos do espetáculo futebolístico, porém em escala reduzida e, até mesmo, precária. Um exemplo disso é que todos os times de várzea contam com um técnico, um dirigente e um massagista, diferindo-se, assim, do futebol bricolado (DAMO, 2005).

Retomando a discussão, os torcedores, conforme Nascimento (2013), são os atores mais visíveis e sensíveis da complexa cadeia de atividades econômicas envolvida pelo futebol. Tanto os torcedores do esporte espetacularizado, quanto os

[34] Segundo Damo (2005, p. 36), a unidade futebolística é caracterizada por: "[...] a) duas equipes (princípio da coletividade); b) perseguindo objetivos idênticos, porém assimétricos (princípio do conflito); c) sendo a disputa mediada por um objeto (princípio da evitação, mas não da interdição do corpo-a-corpo); d) um conjunto de regras (circunscrevendo o espaço, o tempo e o ilícito, dentre o qual se destaca o uso da mãos, salvo exceções, sendo esta uma modalidade de marca diacrítica em relação a outros esportes)".

praticantes das demais modalidades descritas por Damo (2005), são os alvos do mercado, e grande parte é consumidora fiel dos produtos licenciados vendidos pelos clubes, gerando fonte de captação de receita importante para o balanço financeiro dos clubes.

As fontes de receita dos clubes representam hoje condição de concorrência entre eles no mercado futebolístico. A diferença de mercado que existe entre a mercadoria futebol e um produto ou um serviço comum é a fidelidade. O consumidor de uma marca específica de um calçado esportivo, por mais fiel que seja a uma marca em especial, se for seduzido pelo concorrente que apresente inovações, sejam elas estéticas ou funcionais, mudaria sua opção de consumo sem peso na consciência.

Com a mercadoria futebol é diferente, os torcedores são os consumidores daquele produto específico representado por um escudo que traz consigo significado afetivo carregado de fidelidade. As empresas e os clubes utilizam tal sentimento denominado por Damo (2005) pertencimento clubístico [35]. Para o autor, esse pertencimento explica a adesão dos torcedores aos clubes e é a *mola propulsora do futebol de espetáculo*.

Ainda, para Damo (2005), o amalgma do pertencimento, a fidelidade clubística, ultrapassa as barreiras geográficas e culturais.

> A fidelidade não é apenas uma marca diacrítica do futebol em relação a outros esportes, quando pensado no contexto brasileiro. O vínculo exclusivo e imutável de um torcedor com seu clube estabiliza um sistema complexo chamado de clubismo, tomado aqui como um sistema articulado de crenças e de práticas que, numa perspectiva arrojada, pode ser definido como um totemismo moderno (DAMO, 2005 p. 61).

Dentre as fontes de receita dos 24 clubes de futebol com as maiores arrecadações no Brasil, segundo relatório da BDO[36] consultoria, a publicidade e o patrocínio esportivo representaram 14% do total de arrecadação em 2013. Esses valores incluem os valores recebidos via patrocínios diretos, *merchandising* e licenciamento de produtos e patrocínio de fornecedores de material esportivo.

[35] Para uma leitura mais detalhada a respeito do pertencimento clubístico, ver Damo (2005 p.61-104)

[36] Disponível em: <http://www.bdobrazil.com.br/pt/PDFs/Estudos_Zipados/valor_das_marcas_2014.pdf> Aceso em 12 jan.2015.

Conforme os dados contidos no relatório, esse percentual se permaneceu estável em relação aos cinco anos anteriores.

A receita com bilheteria representou 10% do faturamento dos clubes em 2013, perdendo a representatividade que era de 14% em 2009. A baixa presença de público nos estádios foi representada nos balanços e pode ser fruto do impacto do fechamento dos principais estádios para reforma para a Copa do Mundo de 2014.

A receita com a transferência de atletas alcançou o segundo lugar no *ranking* de arrecadação dos clubes com 22% do total, atingindo o maior valor desde 2009. As cotas de televisão ficaram em primeiro ligar, com 33% do total em 2013, representado uma queda de sete pontos percentuais em relação ao ano de 2012. Ainda, segundo o relatório da BDO, os 24 clubes analisados geraram uma receita total de R$ 3,27 bilhões, o que representa um crescimento de somente 2% em relação ao ano de 2012. Considerando os cinco anos anteriores (de 2009 a 2013), a receita total dos 24 clubes pesquisados cresceu 99%.

Para ter uma ideia desses valores, o São Paulo Futebol Clube foi o clube que mais recebeu em 2013, com o montante de 362,8 milhões de reais, 28% a mais do que em 2012, quando a receita foi de 282,9 milhões, deixando para trás o Corinthians, que, em 2013, faturou 316,0 milhões e, em 2012, 358,5 milhões, uma queda de 12%.

Diante desses números astronômicos surge a pergunta: ─ Os clubes brasileiros realmente viraram empresas?

Para responder a essa pergunta, vamos voltar à Lei n. 9.981/00, que tornou facultativo aos clubes a transformação em sociedades comerciais, revogando o artigo, 27 da Lei Pelé. Para Proni e Zaia (2007), na prática, o que determina as práticas de gestão do clube não é sua natureza jurídica. Torna-se relevante a maneira pelo qual cada clube explora sua marca e suas fontes de receita. Para Nascimento (2013, p. 85), “[...] a estrutura organizacional inadequada e a gestão não profissional acumularam, durante mais de um século, uma série de distorções, provocando problemas estruturais na organização do futebol brasileiro”.

A maioria dos clubes de futebol, embora lucrem milhões com o negócio, é constituída por sociedades civis sem fins lucrativos ou entidades de natureza não econômica como pode ser visto no estatuto do Clube Atlético Mineiro.

> Artigo 1º - O Clube Atlético Mineiro, também denominado ATLÉTICO, CAM, CLUBE, ASSOCIAÇÃO ou GALO, ao qual se aplicam as normas estabelecidas neste Estatuto e na legislação em vigor, é uma associação civil de utilidade pública, reconhecida pela Lei n. 1.692, de 27/06/69, e pelo Decreto n. 9.551, de 27/01/66, com personalidade jurídica distinta da de seus membros, sem fins lucrativos, tendo sede própria e foro na cidade de Belo Horizonte-MG, estabelecida na Avenida Olegário Maciel n. 1.516, bairro de Lourdes, CEP 30180-111, CNPJ-17.217.977/0001-68, e foi constituída no dia 25 de março de 1908, por prazo indeterminado[37].

Quanto às fontes de receita, o artigo terceiro do estatuto prevê como os recursos podem ser captados.

> Artigo 3º - São fontes de recursos do Clube para realizar seus objetivos sociais: I - condomínio, taxas, mensalidades ou outras contribuições pecuniárias pagas pelos sócios ou pelos torcedores; II - rendas ou recursos apurados em jogos e promoções diversas; III - receitas decorrentes de quaisquer outras atividades lícitas; IV - doações, subvenções e outros repasses[38].

Desse modo, com uma profissionalização aparente da gestão esportiva, em que os dirigentes dos clubes não assumem os riscos e possíveis prejuízos que o futebol-negócio pode promover, "[...] as entidades transferem ao Estado e à sociedade os riscos e os custos sociais dos seus negócios" (NASCIMENTO, 2013 p. 86).

2.7 A competição que gera desigualdade

O mundo do futebol comercializado é altamente competitivo e, no mundo dos negócios, as empresas líderes de mercado é que ditam as regras. Assim, como afirmam Proni e Zaia (2007, p. 29) "[...] no futebol, a decisão de quem participa dos principais torneios nacionais e internacionais, ou quais partidas serão transmitidas, é vital para o faturamento dos clubes-empresa".

Se dentro do campo a igualdade ou a percepção de que os times têm a mesma chance de vencer o embate são princípios da imprevisibilidade atribuída ao futebol, fora das quatro linhas, essa situação se inverte. O poder econômico dita as

[37] Estatuto do Clube Atlético Mineiro. Disponível em:<http://www.atletico.com.br/wp-content/uploads/2014/07/Estatuto-2008.pdf> Acesso em: 20 jan.2015.
[38] Estatuto do Clube Atlético Mineiro. Disponível em:<http://www.atletico.com.br/wp-content/uploads/2014/07/Estatuto-2008.pdf> Acesso em: 20 jan.2015.

regras e aquele considerado pequeno tem poucas chances de se destacar e entrar no mercado atual. Posso dar dois exemplos dessa competição desigual. O primeiro é o caso do União São João Esporte Clube de Araras, clube do interior de São Paulo, que foi o primeiro clube a se constituir como empresa no Brasil. Em termos gerais, o União São João não possui um ativo financeiro que possa dar ao clube condições de efetuar grandes contratações, nem patrimônio capaz de garantir crédito no mercado, tampouco uma torcida expressiva para garantir uma boa receita de bilheteria ou em produtos licenciados.

O segundo exemplo é o próprio Ipatinga FC, que conseguiu o acesso à primeira divisão do futebol nacional e participou do Campeonato Brasileiro de 2008. O Clube, por sua vez, não conseguiu competir com os grandes clubes do futebol nacional e terminou por descer para a segunda divisão no mesmo ano do acesso. Fazer parte da elite do futebol brasileiro não garantiu ao Ipatinga aumentar sua receita com cotas de patrocínio e, até mesmo, garantir uma renda dos direitos de imagem pagas pela televisão equiparada aos grandes clubes. Assim, para Proni e Zaia (2007, p. 28),

> [...] é importante aumentar a visibilidade na mídia de maneira geral, ter bom relacionamento com empresas de marketing e com patrocinadores. Quanto maior a capacidade de capitalização do clube, maiores são suas chances de realizar uma campanha vitoriosa e ganhar espaço de outros concorrentes. Mas, há o risco de campanhas desastrosas prejudicarem receitas e, inclusive, enfraquecerem ainda mais a sua posição no mercado.

Nesse sentido, a confirmação de que o clube não tem a competência necessária para se manter no topo do mercado futebolístico é ditado pelo próprio mercado e com a ajuda de quem detém o poder de decisão. Em 2008, os clubes do grupo 1 das cotas[39] televisivas receberam 21 milhões, enquanto clubes como o

[39] As cotas de televisão, como são conhecidas, são os direitos de transmissão dos jogos dos clubes pagos a eles como direito de imagem, conforme disposto na Lei Zico nos seus artigos 24 e 25. Atualmente, as cotas do Campeonato Brasileiro são pagas pela Rede Globo, detentora dos direitos de imagem via cotas, em relação direta com a influência dos clubes e a sua torcida. As cotas estão estabelecidas por períodos da seguinte maneira: de 2012 até 2015: Grupo 1 – Flamengo e Corinthians: R$ 110 milhões; Grupo 2 – São Paulo: R$ 80 milhões; Grupo 3 – Vasco e Palmeiras: R$ 70 milhões; Grupo 4 – Santos: R$ 60 milhões; Grupo 5 – Cruzeiro, Atlético Mineiro, Grêmio, Internacional, Fluminense e Botafogo: R$ 45 milhões; Grupo 6 – Coritiba, Goiás, Sport, Vitória, Bahia e Atlético Paranaense: R$ 27 milhões. De 2006 a 2018: Grupo 1 – Flamengo e Corinthians: R$ 170 milhões; Grupo 2 – São Paulo: R$ 110 milhões; Grupo 3 – Vasco e Palmeiras: R$ 100 milhões; Grupo 4 – Santos: R$ 80 milhões; Grupo 5 – Cruzeiro Atlético Mineiro, Grêmio, Internacional, Fluminense

Ipatinga, que jogaram a Série A, mas não pertenciam ao clube dos 13[40], receberam 3,4 milhões.

Essas desigualdades fazem parte do mundo dos negócios, e o Clube dos 13, juntamente com a CBF, negociam esses valores previamente acordado com os clubes. A distribuição do dinheiro privilegia os grandes clubes que podem fazer investimento e contratações com o objetivo de compor as melhores equipes. Esse passa a ser um ciclo vicioso em que somente quem já está estabelecido consegue permanecer. Dificilmente veremos um clube como o Ipatinga ou como o União São João se estabelecer e permanecer entre os maiores clubes. Nesse caso, o poder econômico fala mais alto, não garantindo os mesmos direitos de livre concorrência.

Em outros esportes, os campeonatos nacionais são organizados em ligas em que as vagas nas competições são compradas em forma de franquias A equipe paga uma cota que garante alguns subsídios e premiações para as mais bem colocadas. É o exemplo da Liga futsal e da Superliga de Voleibol.

Nos Estados Unidos, na principal Liga de Basquetebol, a NBA, todos os anos realiza uma seleção de atletas que privilegia as equipes de pior campanha na temporada anterior. A chamada *Draft Lottery* prevê a seleção de atletas inscritos previamente, nacionais e internacionais. O objetivo é tentar manter um certo equilíbrio técnico entre as equipes e a manutenção das franquias que por lá existem.

2.8 Financiamento público no futebol

A parceria entre futebol e poder público é uma possibilidade que ainda atrai dirigentes esportivos em busca de recursos financeiros, infraestrutura e

---

e Botafogo: R$ 60 milhões; Grupo 6 – Coritiba, Goiás, Sport, Vitória, Bahia e Atlético Paranaense: R$ 35 milhões.

[40] O Clube dos 13, oficialmente denominado União dos Grandes Clubes do Futebol Brasileiro, foi fundado em julho de 1987 com o objetivo de defender os interesses políticos e comerciais dos 13 supostos *grandes* clubes do futebol brasileiro, que eram os 13 primeiros classificados segundo o *ranking* da CBF: Internacional-RS, Grêmio, Cruzeiro, Atlético-MG, São Paulo, Santos, Corinthians, Palmeiras, Bahia, Vasco da Gama, Botafogo, Flamengo e Fluminense. Seu fim foi decretado em 2011, quando os clubes iniciaram a negociação dos valores relativos aos direitos de imagem diretamente com a emissora detentora dos direitos de transmissão do futebol brasileiro. Disponível em: <http://celebridades.uol.com.br/ooops/ultimas-noticias/2011/04/28/atletico-mg-fecha-com-globo-e-poe-fim-a-era-clube-dos-13.htm> Acesso em: 18 mai.2015.

subsídios para a manutenção de suas atividades. Alves e Rezende (2013) analisaram o convênio entre Boa Esporte e Prefeitura Municipal de Varginha e encontraram contratos firmados com o poder público e o repasse de verbas públicas para o clube, além da concessão das instalações esportivas e do estádio municipal.

Contudo, nem sempre essa relação é bem vista e bem quista por gestrores municipais, pois a contrapartida de investimento por parte dos clubes não alcança os níveis do investimento financeiro realizado por parte dos governos. No convênio entre o Boa Esporte e a Prefeitura de Varginha, Alves e Rezende (2013) relatam que a primeira contrapartida do clube de futebol citado que o clube deve oferecer à cidade é a de "[...] representar o Município em competições organizadas pela CBF e Federação Mineira" (ALVES e REZENDE, 2013, p. 11).

Além disso, para a manutenção de uma equipe na cidade, a alimentação desse sistema deve ser constante e, dificilmente, após se apoderar desses investimentos públicos, um clube consegue sobreviver sem esse tipo de aporte financeiro.

O relato dos dirigentes esportivos das equipes que migraram para outras cidades estabelece o mesmo padrão narrativo em que as virtudes da cidade de origem garantirão a sustentabilidade econômica e financeira dos clubes. Ao que parece ser um bom negócio para todos como a utilização de instalações esportivas, a possibilidade obtenção de renda dos jogos e uma ajuda financeira firmada por meio de convênios parecem ser os grandes atrativos[41].

Em um campo mais amplo, os governos brasileiros em nível estadual e federal vêm garantindo, ao longo do tempo, estrutura e renda para o esporte via ações na forma de leis que fornecem subsídios financeiros e isenções fiscais aos clubes e entidades esportivas.

A partir da década de 1940, as ações foram massivas no investimento público para a construção de Estádios de Futebol, à esteira do desenvolvimento político das administrações dos governos estaduais e governo federal. As construções do Pacaembu, em São Paulo, e do Maracanã, no Rio de Janeiro, evidenciam a importância que o futebol ocupava na construção da nova identidade nacional brasileira (CRUZ, 2010).

---

[41] Disponível em <http://globoesporte.globo.com/futebol/noticia/2014/01/fusoes-migracoes-e-trocas-de-nome-o-que-os-clubes-fazem-pra-sobreviver.html> Acesso em: 18 fev.2015.

A construção do Estádio Mineirão, na capital mineira, está inserida no contexto dos *anos dourados*, vividos pelos governos de Getúlio Vargas e Juscelino Kubitschek, na tentativa de reforçar a tendência populista de seus governos.

A partir dos anos 40, houve inúmeras intervenções estatais no futebol que sempre tiveram suas intencionalidades conforme as configurações que eram necessárias para os governos que se seguiram. Em 1941, foi criado o Conselho Nacional dos Desportos por meio do Decreto Lei n. 3.199, e seu principal ponto era a fiscalização sobretudo exercendo uma rigorosa vigilância sobre o profissionalismo (MEZZADRI, 2007).

A década de 1950 foi quando, impulsionados pelo modelo do governo federal de criação de estádios de futebol, as prefeituras e estados também começaram a investir na sua construção como forma de investimento político de suas gestões. No período de regime militar, entre as décadas de 1960 e 1980, com a promulgação de decretos-lei, o governo manteve o esporte sob sua tutela. A Lei n 6.251, de 1975, dava continuidade à centralização do poder com o fortalecimento das federações e confederações, no caso do futebol, às federações estaduais e a Confederação Brasileira de Desportos (CBD) (MEZZADRI, 2007).

Em 1976, por meio da Lei n. 6.354, foi criada a Lei do Passe, que regulamentava as relações de trabalho entre os atletas profissionais de futebol e o clube, deixando os atletas vinculados ao clube até que esse tivesse interesse. É importante ressaltar a nitidez da intenção em manter a centralização do poder, já que o movimento de profissionalização estava consolidado. A Constituição Federal de 1988 alterou o entendimento sobre o futebol e suas relações entre os clubes e a sociedade. No processo de descentralização evidente, foi criado o Clube dos Treze que representava os principais clubes de futebol do País (MEZZADRI et. al., 2011).

A partir daí, outras leis fizeram parte do processo de modernização do futebol e sua gestão esportiva, como a Lei Zico e a Lei Pelé, bem como a lei que decretou o fim de passe no futebol e a criação do Estatuto do Torcedor. Voltando ao tema do financiamento, a intervenção do governo federal levou à criação, em 2006, da Lei n. 11.345, que criou mais uma loteria [42] para beneficiar o futebol, a

[42] Atualmente, três loterias utilizam os escudos dos clubes e os resultados dos jogos de futebol para realização de suas apostas, a loteca, a lotogol e a timemania. Para saber mais sobre cada uma, bem como a arrecadação e o percentual de destino dos recursos, ver mais em: <http://loterias.caixa.gov.br/> Acesso em: 12 abr.2015.

Timemania[43]. O objetivo era sanar as dívidas que os clubes de futebol tinham no brasil.

Essa modalidade de jogo utilizava os escudos dos oitenta clubes participantes do Campeonato Brasileiro nas séries A, B e C. O objetivo era o pagamento de dívidas como FGTS, INSS e Receita Federal, além da retomada da capacidade de investimento (MEZZADRI, 2007). Com a criação dessa loteria, o governo reafirma sua postura de intervenção no futebol.

A referência ao futebol esteve presente durante o governo Lula, e sua agenda o envolvia em vários momentos, manifestando-se pelo frequente uso da metáfora do futebol. Para Mascarenhas, Silva e Santos (2014), o *lulismo*, como ficou conhecido, apresentou uma mediação forte com o futebol e marcante no discurso do presidente Lula. O então presidente da república o usava em ampla dimensão, como forma de linguagem e, por meio do compartilhamento dessa paixão pelo esporte, conseguiu fortalecer sua imagem popular e carismática de governante.

Concordando com Santos (2011), as políticas públicas do governo federal direcionadas ao futebol se apresentaram contraditórias. Houve mudanças na organização do futebol brasileiro sob o ponto de vista do negócio, o que exigiria dos clubes uma administração profissional. Contudo, os clubes mantiveram sua estrutura atrasada de gestão. Desse modo, na medida em que houve avanços no modelo de planejamento em relação ao setor esportivo, que utilizou o futebol, inclusive, para organizar as políticas de esporte no País, a centralização do poder nas federações e confederações permaneceu como no passado, sendo classificada pela autora como um processo de modernização conservadora do futebol brasileiro.

[43] A lotomania é loteria a que destina mais recursos específicos para o futebol, mesmo que para o pagamento das dívidas dos clubes com a União. Do total da arrecadação, 22% serão destinados diretamente para o pagamento de dívidas com INSS, FGTS, Receita Federal e outros impostos devidos à União. Contudo, em razão do crescimento da dívida se apresentar desproporcional à arrecadação da loteria, a dívida dos clubes também aumentou e passou para 1,4 bilhões de reais, segundo estudo da Pluri Consultoria, que considerou os 25 clubes de maior arrecadação do País. Disponível em: <http://www.pluriconsultoria.com.br/relatorio.php?segmento=sport&id=269> Acesso em: 12 abr.2015.

3 A IDA A CAMPO – O CLUBE / OS TORCEDORES

Este capítulo é dedicado à análise quantitativa dos formulários aplicados aos torcedores do Ipatinga FC. Inicialmente, faço uma breve revisão de alguns conceitos que permeiam a discussão da migração dos clubes de futebol, numa perspectiva identitária dos torcedores com os clubes em costura com o universo territorial que traz significado a determinado grupo social. Aproveito para trazer um histórico do clube que é o objeto do estudo: o Ipatinga FC. No terceiro tópico, descrevo alguns dados sobre os torcedores do clube com foco principal nos aspectos socioeconômicos; no quarto item, abordo a relação entre torcedor e clube antes da sua saída da cidade; no quinto tópico, o relacionamento enquanto o clube esteve fora da cidade e no último item a relação do torcedor após o retorno do clube para a cidade de Ipatinga.

3.1 Uma dupla identidade?

Quando nos definimos, assumimos identidades que, "[...] muitas vezes não estão literalmente impressas em nossos genes. Entretanto, nós pensamos efetivamente nelas como se fossem parte de nossa natureza" (HALL, 2011, p. 47).

Concordando com Hall (2009), as identidades fazem parte de um processo de aquisição de práticas que invocam uma origem ou um passado histórico. Tem a ver com a utilização de recursos da história, linguagem e da cultura, não só para aquilo que somos, mas para o que nos tornamos.

> É precisamente porque as identidades são construídas dentro e não fora do discurso que nós precisamos compreendê-las como produzidas em locais históricos e institucionais específicos, no interior de formações e práticas discursivas específicas. Além disso, elas emergem no interior do jogo de modalidades específicas de poder e são, assim, mais o produto da marcação da diferença e da exclusão do que o signo de uma unidade idêntica, naturalmente construída, de uma 'identidade' em seu significado tradicional – isto é, uma mesmidade que tudo inclui, uma identidade sem costuras, inteiriça, sem diferenciação interna (HALL, 2009, p.109).

As relações de identidade entre torcedores e times de futebol são construtos históricos e implicam o reconhecimento definido por Hall (2009) como *perturbador* de que a relação com o outro se define a partir daquilo que falta, daquilo que não é, ou seja, a construção da identidade é pelo apego temporário a uma estrutura que faz falta. No caso do futebol, os efeitos do pertencimento a um determinado *ethos*[44] mantém essa relação de *dependência* do torcedor com o clube no sentido de que o torcer dá significado aos hábitos dessas pessoas.

Nesse sentido, a identificação[45] com os clubes faz parte de um processo cultural dinâmico que é desenvolvido ao longo do tempo. Essas estruturas dinâmicas que constituem a identidade via práticas simbólicas de representação, por meio das quais os significados são produzidos, é que dão sentido à experiência do torcedor e tornam possíveis as vivências do torcer, seja ele individual ou coletivo. Essa é uma forma pela qual os torcedores se apropriam de seu time. A partir daí, se posicionam e constroem o *status* de relacionamento com os clubes de futebol que representam os ideais de seu grupo social, sua cidade, seus anseios, permeiam seus discursos e seus sentimentos.

Sobre o torcer por um clube com sede na sua cidade e, mais do que isso, carrega seu nome e a representa nas competições esportivas, o estudo de Silva (2011) indica o sentido que o universo do futebol exerce na produção de significados para o torcedor. Seu estudo intitulado *O futebol no interior de Minas Gerais: os significados do torcer pelo Esporte Clube Democrata* concluiu que a conexão entre o torcer, a relação com o time, as pessoas, os lugares e as histórias construídas ao longo de anos denotam um engajamento social provocado pela produção de significados em que, mesmo vivências diferentes, convergem para um objetivo comum quando se trata das emoções conectadas com sentimento de amor pelo time e pela cidade em que vivem (Governador Valadares).

Nesse entendimento, a dimensão simbólica de identificação é definida por Llopis Goig (2006) como etnoterritorial. Na sua definição, os clubes representam cidades, regiões ou nações em que transformam as competições em espaço simbólico de confrontação identitária. Assim, o confronto futebolístico pode reviver e

[44] Para Bourdieu (2007), o ethos é o conjunto de princípios interiorizados que guiam a conduta do indivíduo de forma inconsciente e que permite a adesão aos valores partilhados por determinado grupo social.

[45] Para Hall (2009), estamos vivendo atualmente uma verdadeira explosão discursiva em torno do conceito de identidade. O autor sugere que, ao invés de falar da *identidade* como uma coisa acabada, seria preferível falar de *identificação* e vê-la como um processo em andamento (HALL, 2011).

reavivar rivalidades históricas, e os clubes constituem um forte objeto de identificação. Uma identificação que se sustenta na capacidade de simbolização do clube graças ao vínculo que se estabelece entre o lugar e a equipe.

Esse contexto local e regional em que estão inseridos esses clubes é que estabelecem um elevado grau de comprometimento afetivo, parceria e identidade social. Llopis Goig (2006), ao estudar a dimensão etnoterritorial do futebol espanhol, indica que há uma separação institucional que implica alterações das dinâmicas identitárias desse esporte.

No caso dos clubes locais que têm sua representatividade relacionada à cidade em que estão inseridos, o conhecimento do conceito de território se faz importante para eleger a discussão entre apropriação do time enquanto elemento inserido dentro de seu espaço geográfico.

Dessa forma, o território, além da perspectiva materialista como unidade geográfica, pode ser definido por meio de uma teia complexa das relações que se estabelecem por intermédio de uma ampliação da leitura e do "[...] reconhecimento da existência das modalidades espaciais que colocam em contato a realidade multifacetada da sociedade em sua relação com o espaço" (DANTAS e MORAIS, 2008, p. 3). Desse modo, o território define-se a partir de sua rede de interações. Seus limites e suas fronteiras são estabelecidos de forma mais flexível, sua compreensão torna-se mais complexa, pois sua dinâmica passa a ser discutida na esfera das relações sociais.

No contexto esportivo do futebol, em todos os casos de mudança de cidade-sede, os clubes também alteraram seu nome, alguns para nomes que não faziam referência ao nome da localidade ou território para o qual migraram, como no caso do Ituiutaba E.C. que se transformou em Boa Esporte ao se deslocar para a cidade de Varginha. Em outros, como no caso do Ipatinga FC, o novo nome escolhido foi o da cidade de destino, tornando-se, então, Betim EC.

Assim, o território implica apropriação e não estritamente com propriedade, constituindo um processo de dominação no sentido mais simbólico carregando consigo as marcas do que é vivido, sendo, dessa maneira, enquanto *espaço-tempo vivido* sempre múltiplo, diverso e complexo. (HAESBAERT, 2007).

Diferentemente do cenário apresentado na Espanha por Llopis Goig (2006), em que os fatores étnicos influenciam diretamente no pertencimento clubístico, no Brasil, há todo um significado histórico de construções sociais que o

sujeito incorpora enquanto torcedor. Há influências da família, o que Campos e Toledo (2013) denominam *familismo,* as ligações afetivas estabelecidas com seu território, sua cidade e entre as pessoas. Em suma, não há um marco definido para o torcer, esse variado conjunto de significados tem, nos fatores de identificação territorial, significados diferentes conforme os locais em que o futebol se estabeleceu e firmou vínculos com os torcedores.

3.2 O(s) clube(s), a cidade

O Ipatinga FC nasceu, em 1998 na cidade de Ipatinga, localizada na região conhecida como Vale do Aço, por apresentar um grande polo siderúrgico dedicado à produção de aço. A região é formada por quatro municípios (Ipatinga, Coronel Fabriciano, Timóteo e Santana do Paraíso). O município fica localizado a duzentos quilômetros de Belo Horizonte com população estimada, segundo o último censo de 2014, de 255. 266 habitantes[46].

Uma das histórias contadas pelos bandeirantes é que a região, onde hoje se situa o município, era habitado por ferozes nativos, sendo que a cidade originou-se da necessidade, por parte do Imperador D. Pedro I, de catequizá-los. Há quem diga que Ipatinga surgiu quando a estrada de ferro Vitória-Minas procurava ligar Itabira a Vitória, no Espírito Santo.

Sabemos, entretanto, que, em 1934, uma comissão da Companhia Belgo Mineira, liderada pelos Engenheiros Barboson e Louis Ensch, chegou à estação de Ipatinga com a finalidade de explorar a região, objetivando a extração de carvão vegetal para o abastecimento dos altos fornos da usina de Monlevade. A população foi crescendo e, em 1934, foi criada uma escola de alfabetização para atender o grande número de crianças, filhos dos trabalhadores. Em meados de 1957, Ipatinga limitava-se à pequena estação da estrada de ferro, pouco frequentada e quase desconhecida, e pequeno núcleo populacional. O município de Ipatinga, até então pertencente a Coronel Fabriciano, foi emancipado no dia 29 de abril de 1964. A

[46] Fonte: Sitio do IBGE. Disponível em: < http://www.cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=313130> Acesso: em 03 abr. 2015.

versão mais aceita explica que o nome da cidade teve origem no tupi e significaria *pouso de aguas limpas*[47].

Segundo a página oficial do clube em uma rede social, o clube nasceu da profissionalização de um clube amador da cidade chamado Novo Cruzeiro Futebol Clube, sendo registrado na FMF no dia 21 de maio de 1998 e recebeu o nome e as cores da cidade. A figura 1 exibe o escudo do clube que tem as cores da bandeira da cidade.

Figura 1. Escudo do Ipatinga FC

Fonte - Página oficial do clube

Segundo as informações coletadas na página, o significado do escudo remete ao clube de origem tendo, ao centro, um *cruzeiro* vermelho em intercessão com um "X" verde que representa o cruzamento da cidade em proximidade com o Estádio Municipal João Lamego Neto.

Ao sair da cidade e tornar-se Betim EC, os gestores do clube fizeram uma mudança sutil no escudo, substituindo a sigla "IFC" e em referência a nova cidade sede, transformaram o círculo azul em uma engrenagem, contida no brasão da cidade de Betim, que se refere à cidade como uma cidade metalúrgica, conforme imagem 02.

[47] Disponível em: < http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/dtbs/minasgerais/ipatinga.pdf> Acesso em: 03 abr. 2015.

Figura 2. Escudo do Betim EC

Fonte - Página oficial do clube

Assim, o clube migrou de uma cidade siderúrgica para uma cidade metalúrgica. É importante citar que, conforme declaração do gestor do clube, a intenção era trazer o mínimo de alterações possíveis ao escudo do clube, devido a sua história e seu passado vitorioso.

Para a incursão ao campo, tive um contato prévio com uma pessoa que me ajudou a localizar pessoas que eram torcedores declarados do Ipatinga FC. Conforme dito anteriormente, iniciei a pesquisa durante um período de inatividade do Clube, em que não havia equipe formada na cidade em virtude do recente retorno do Ipatinga FC para a cidade e à ausência de competições.

Realizei a coleta em Ipatinga em duas fases: no interstício dos jogos, a pesquisa de campo se ateve à busca dos torcedores nos locais onde costumavam se concentrar nos dias de jogos: o bar. Ainda, por indicação, fui direcionado para alguns locais onde residiam os torcedores indicados pelo contato. Efetuei a segunda fase da coleta de dados antes das partidas do clube no Campeonato Mineiro Módulo II de 2014, nas imediações do Estádio Municipal João Lamego Netto. Realizei a pesquisa com o total de 108 torcedores entre o período de outubro de 2014 e março de 2015.

Em relação aos locais de aplicação, 17,6% dos formulários foram preenchidos nas casas dos torcedores; 8,3% foram realizados em um bar da cidade onde torcedores se concentravam antes dos jogos ou, até mesmo, onde assistiam às partidas com amigos e familiares.

A atitude de torcer nos bares representa uma modalidade muito peculiar de vivenciar o jogo.

> Estar no bar é ser considerado torcedor [...] Ser torcedor é estar sujeito aos fatos do jogo, é colocar-se pessoalmente em jogo. No bar, ninguém escapa incólume de uma goleada sofrida por seu time, a chacota dos oponentes é instantânea e infalível – mesmo se o próprio time não estiver jogando, sempre há torcedores adversários – "secadores" – de prontidão. Que, uma vez identificados, podem ser alvo das mesmas chacotas num outro dia, quando os resultados forem desfavoráveis para eles, em uma lógica de implacável reciprocidade. Ou seja, o simples estar presente no "complô da torcida" – termo pelo qual um informante definiu o ambiente do bar – implica risco, o risco de ser zombado, um risco que independe dos torcedores, mas dos caprichos da bola e dos pés que a tangem (GASTALDO, 2005a, p. 115).

A maior parte dos formulários foi preenchida nos dias de jogos (74,1%). O primeiro jogo em que os formulários foram aplicados coincidiu com a primeira partida oficial de retorno do clube à cidade. A expectativa era grande em torno da realização desse jogo, tendo em vista que o Ipatinga FC já não atuava na cidade com o nome de Ipatinga Futebol Clube desde 2012.

3.3 Quem são os torcedores?

Para selecionar os sujeitos da pesquisa, os critérios escolhidos foram: ser torcedor do Ipatinga FC, mesmo não sendo torcedor exclusivo do clube e ter acompanhado a equipe antes da migração para a cidade de Betim, tendo conhecimento prévio da situação de mudança de cidade vivida pelo clube. É importante dizer que exercer ou não o torcer por uma equipe de futebol implica exclusivamente uma situação de hereditariedade torcedora, ou seja, as razões para um indivíduo ser ou não torcedor de um clube são as mais variadas e podem não sofrer influências dos parentes mais próximos.

Campos e Toledo (2013) coordenaram uma pesquisa intitulada: *O Brasil na arquibancada* realizada com os torcedores dos clubes que disputaram as séries B e C do Campeonato Brasileiro de 2012. Nesse estudo, foram analisadas as movimentações recentes em torno do futebol brasileiro. Segundo o estudo, a

bifiliação clubística[48] é um fenômeno recorrente entre os torcedores dos clubes considerados pequenos. O estudo identificou novas práticas torcedoras que valorizam outras identidades para além da possibilidade monotemática de torcer, como identidades locais e regionais, familismos esportivos, que alimentam formas distintas de torcer para além do ponto de vista espetacularizado e que alimenta outras percepções sobre o futebol.

Conforme os resultados encontrados na pesquisa de Campos e Toledo (2013), no caso de equipes do interior, é comum os torcedores manifestarem seu pertencimento para outros clubes além do Ipatinga FC.

> Não obstante, podemos ainda tomar o fenômeno da bifiliação em muitos outros contextos, como acesso mais pluralizado de se experenciar o futebol e que parece presente entre torcedores dos times de menor tradição ou projeção nacional. Em tese, a bifiliação, às vezes trifiliação, pode ser tomada como fenômeno que tende a esvaziar as formas mais belicosas de torcer, dado o exercício contínuo da produção da diferença, que permite que torcedores elaborem seus cálculos de adesão clubística de modo mais relacional (CAMPOS E TOLEDO, 2013, p. 130).

Aos torcedores de Ipatinga questionei se torcem por algum clube e, em caso afirmativo, relatar qual. Conforme exibido na tabela 1, os torcedores que se consideram torcedores exclusivos do Ipatinga representam 54,6 %. Esse elevado percentual de exclusividade pode ser explicado pela valorização do torcedor às conquistas do clube, que o fizeram figurar entre os grandes clubes do futebol brasileiro, dentre elas posso citar as participações na Copa do Brasil e na Série A do Campeonato Brasileiro em 2010.

[48] A bifilação clubística foi um termo criado para conceituar o torcedor considerado misto, que no caso do nordeste, exemplifica aquele que torce por um clube local e outro, geralmente, da região sudeste.

Tabela 1- Clubes do coração do torcedor ipatinguense

Clube	%
Ipatinga FC	54,6
Cruzeiro EC	25,0
Atlético-MG	5,6
Flamengo	2,8
Fluminense	*1,9*
Santos	0,9
Botafogo	0,9
América-MG	0,9
Vasco	0,9
Palmeiras	0,9
Não responderam	**5,6**

Fonte - Elaborada pelo autor da dissertação.

Os demais clubes foram citados pelos torcedores como sendo o clube de coração, juntamente com o Ipatinga FC. O segundo clube na preferência dos torcedores é o Cruzeiro Esporte Clube, seguido a certa distância pelo Atlético Mineiro. Os demais clubes relacionados fazem parte do eixo Rio de Janeiro e São Paulo.

Ainda, sobre a opção exclusiva do torcedor pelo Ipatinga FC, uma possível explicação para esse dado é que, na medida em que o clube tem uma elevada representatividade, participando de inúmeras competições durante o ano, seus torcedores passam a acompanhá-lo com uma frequência bem maior do que se estivesse disputando apenas campeonatos regionais, que acontecem geralmente nos primeiro trimestre do ano.

Para reforçar essa teoria da representatividade, o clube conquistou alguns títulos e se destacou na participação de campeonatos importantes. No ano de 2009, conquistou o Campeonato Mineiro do Módulo II; nos anos de 2000, 2005, 2006 e 2010, o Campeonato Mineiro do Interior; em 2004 e 2011, conquistou o título da Taça Minas Gerais e, em 2005, o Campeonato Mineiro do Módulo I.

Os dados de faixa etária dos torcedores do Ipatinga FC entrevistados são exibidos na tabela 2. Foram encontrados torcedores até a faixa etária de 65 a 69 anos. A maior incidência de torcedores (16,7%) foi encontrada entre 60 e 64 anos. Um dado que chama a atenção foi um número elevado de torcedores considerados jovens, na faixa dos 18 e 19 anos totalizando 9,3%.

Tabela 2 - Faixa etária dos participantes da pesquisa

Faixa etária	%
18 a 19 anos	*9,3*
20 a 24 anos	6,5
25 a 29 anos	11,1
30 a 34 anos	11,1
35 a 39 anos	7,4
40 a 44 anos	6,5
45 a 49 anos	6,5
50 a 54 anos	*10,2*
55 a 59 anos	12,0
60 a 64 anos	16,7
65 a 69 anos	1,9

Fonte - Elaborada pelo autor da dissertação.

Na tabela 3, ainda analisando os dados da faixa etária, dos 54,6% de torcedores que se declararam torcedores exclusivos do Ipatinga FC, pode ser verificada uma distribuição entre as faixas etárias de 18 e 59 anos, com uma incidência maior entre 60 e 64 anos. Na faixa de acima dos 65 anos, não foram encontrados torcedores declarados do clube.

Tabela 3 - Torcedores exclusivos do Ipatinga conforme a faixa etária

Faixa etária	% de torcedores do IFC
18 a 19 anos	*10,2*
20 a 24 anos	3,4
25 a 29 anos	13,6
30 a 34 anos	10,2
35 a 39 anos	8,5
40 a 44 anos	5,1
45 a 49 anos	5,1
50 a 54 anos	*8,5*
55 a 59 anos	13,6
60 a 64 anos	22,0

Fonte - Elaborada pelo autor da dissertação.

Esses dados fornecem uma informação importante. Tendo em vista que o clube foi fundado em 1998, tendo apenas 16 anos de funcionamento, há uma faixa de torcedores jovens, correspondente a 37,4% dos torcedores, abaixo dos 35 anos, que declararam ser o Ipatinga o único clube do coração. Interessante também é o fato de 40,8% dos torcedores acima de 40 anos se declararem torcedores, o que

reforça a ideia de um vínculo com o clube a partir de uma significação e um pertencimento bem peculiar. Os torcedores abandonaram seus antigos clubes em prol de um clube local que chamou sua atenção a ponto de serem desfeitos vínculos anteriores e criados novos laços afetivos.

Ao estudar o pertencimento nos primórdios da constituição da cidade de Belo Horizonte como a nova capital mineira, Couto (2010) afirma que para o belorizontino, o futebol não só aproximava as pessoas, mas era um fator de distinção entre os grupos sociais, como os operários, a colônia italiana, dentre outros, aproximando seus componentes internamente. Para autores como Damo (1998) e Souza Neto (2010), a lógica do pertencimento no futebol passa pela origem dos clubes e pelo surgimento das grandes rivalidades entre os clubes e também entre as torcidas.

No caso do Ipatinga FC, a constituição da rivalidade pode ser percebida pelo discurso de competitividade entre os clubes da capital e os do interior. No caso do Ipatinga FC, o marco territorial parece ser também bastante representativo na delimitação do pertencimento, na medida em que a região conhecida como Vale do Aço desenvolve um laço identitário com o clube. Conforme relataram vários torcedores, o grande rival do Ipatinga FC, regionalmente falando, é o Social Futebol Clube de Coronel Fabriciano. É como se fosse um clássico local, apesar de os clubes no passado trilharem caminhos distintos e ocupando posições diferentes nas competições de destaque estadual e nacional.

Frydenberg (2011), em um estudo sobre a constituição do futebol argentino, destaca algumas informações que podem ajudar a pensar no caso da constituição da torcida na cidade de Ipatinga.

> La formación de identificaciones en la rivalidad permitió delimitar el marco de lo que se concebía como propio o ajeno. La calle pasó a ser un ámbito “recreado” para la competencia, la confrontación y la Identidad, vale decir, una franja *y* arena de disputa. Pero este processo no, era meramente simbólico: el desarrollo de la ciudad en su sentido más.duro formó parte de él. Comenzaba a ponerse en práctica un nuevo sentido de pertenencia a un grupo (equipo de fútbol) que defendía um lugar (FRYDENBERG, 2011, p.89).

Um dado interessante é com relação ao sexo dos participantes da pesquisa. Os dados exibidos na tabela 4 apresentam o número total dos participantes da pesquisa, sendo torcedores abordados em casa, no bar e no

estádio. Quando analisado somente no estádio nos dias de jogos do clube, o número de mulheres presentes cai para 8,8%, enquanto os homens são maioria, 91,2%. Embora a orientação para aplicação dos formulários tenha sido para a escolha aleatória de torcedores, os dados encontrados parecem se aproximar da proporção real durante as partidas.

Segundo Campos (2010), a presença das mulheres nas arquibancadas dos estádios tem ganhado destaque, de maneira que cada vez mais elas contribuem para a construção do espetáculo futebolístico. Para explicar o baixo número de mulheres torcedoras encontrado, ainda há alguns obstáculos e preconceitos que impedem a legitimação das mulheres enquanto torcedoras capazes de manifestar seu pertencimento clubístico e expressar seu interesse pelo jogo também sob os pontos de vista técnico-tático, econômico, social, político e cultural, de maneira que essa construção histórica da imagem da mulher e do homem na nossa sociedade é manifestada também no futebol.

Tabela 4 - Sexo dos participantes da pesquisa

Sexo	%
Mulheres	*10,2*
Homens	89,8

Fonte - Elaborada pelo autor da dissertação.

Considerando o total de formulários preenchidos, o nível de escolarização demonstrado na tabela 5 é baixo, uma vez que somente 4,6 % dos entrevistados têm pós-graduação e 17, 6% têm algum curso superior. Em contrapartida, se somados aqueles que têm ensino médio e fundamental, os valores representam 72,2 % dos pesquisados.

Tabela 5 - Escolarização

Escolarização	%
Pós-graduação	*4,6*
Graduação	17,6
Ensino Médio	50,9
Ensino Fundamental	21,3
Nenhuma	5,6

Fonte - Elaborada pelo autor da dissertação.

Ao analisar o nível de escolarização e relacioná-lo com as profissões dos

torcedores, podemos verificar que a maior parte dos torcedores trabalha em função do comercio (14,5%) e da siderurgia[49] (12,9%).

No que se refere ao estado civil das pessoas participantes (tabela 6), os dados apontam que a maioria é casada (58,3%). Comparando o estado civil nos dias de jogos, esse número se mantém próximo (55,0%). Os solteiros representam 35,2% do total e 40% nos dias de jogos. No bar, esses valores também mantêm aproximação, com 55,6% de pessoas casadas e 33,3% de solteiras. Esses valores demonstram não haver variação muito grande nas características relativas ao estado civil das pessoas estudadas em referência aos locais em que os torcedores foram encontrados.

Tabela 6 - Estado civil

Estado Civil	%
Solteiro	35,2
Casado	58,3
Viúvo	0,9
Divorciado	*4,6*
Não Informaram	0,9

Fonte - Elaborada pelo autor da dissertação.

Um dado bastante significativo é o da renda dos torcedores [50], uma vez que o potencial de consumo se torna preceito fundamental para sustentar o futebol capitalizado. Pode ser visto na tabela 7 que cerca um terço dos torcedores têm renda entre quatro e dez salários mínimos.

Sobre a relação renda do torcedor *versus* consumo, o relatório da Pluri consultoria[51] sobre o potencial de consumo das torcidas brasileiras, realizado em 2012, traz a informação de que a renda dos torcedores é um dado importante para saber, além de quantos torcedores torcem para cada time, o quanto elas têm de

[49] Como dito anteriormente, Ipatinga é uma cidade que se desenvolveu através da siderurgia, sendo esse o principal setor econômico da cidade.

[50] Na época da construção e início da aplicação dos formulários para os torcedores, o salário mínimo era de R$ 724,00, sendo esse o valor base para a tabulação e análise dos dados. No início de 2015, o valor foi reajustado para R$ 788,00.

[51] A proposta do relatório, conforme descrito em seu texto, foi primeiro quantificar os torcedores dos principais clubes do futebol brasileiro (30 clubes escolhidos por eles); segundo, estimar a renda de cada torcida e terceiro estabelecer o potencial de consumo de cada torcida. Esse relatório fornece informações valiosas na demonstração de que o torcedor se reduz a um mero componente do processo que sustenta a estrutura econômica dos clubes. Disponível em: < http://www.pluriconsultoria.com.br/relatorio.php?segmento=sport&id=77> Acesso em: 18 fev. 2015.

renda disponível para gastar no consumo de produtos e serviços que lhe são oferecidos pelos clubes e seus parceiros.

Desse modo, esse dado parece ser muito importante e usual para que os clubes façam seu planejamento objetivando alcançar as vendas desejadas de seus serviços e produtos além de traçar novas estratégias de gestão financeira.

Tabela 7 - Renda mensal

Salários mínimos	Renda mensal	%
-	Sem renda	5,6
½ salário	Até R$ 362,00	4,6
Até 1 salário	R$363,00 à 724,00	4,6
1 a 2 salários	R$725,00 à 1.448,00	*13,0*
2 a 4 salários	R$1.449,00 à 2.896,00	23,1
4 a 10 salários	R$2.897,00 à 7.240,00	29,6
10 a 20 salários	R$7.241,00 à 14.480,00	3,7
-	Não responderam	15,7

Fonte - Elaborada pelo autor da dissertação

O torcedor, tratado pelos clubes como cliente final, segundo Proni e Zaia (2007), é o objetivo a ser alcançado, garantindo fidelidade enquanto consumidor. O futebol se constitui como mercadoria e as instituições enxergam a rentabilidade advinda da renda dos torcedores como um fator de sustentabilidade do esporte e dos clubes.

No caso específico dos clubes do interior, essas ações, além de proverem receita para os clubes, parecem ser também bastante significativas do ponto de vista de aproximar o torcedor com o clube. Conforme o relato de alguns torcedores, havia a iniciativa, por parte de alguns comerciantes, de associar a marca de seu negócio ao clube, como, por exemplo, imprimir o símbolo do Ipatinga FC em embalagens e sacolas e, até mesmo, na distribuição de brindes como adesivos, porta-documentos, e chaveiros. Conforme relatado, essas ações eram espontâneas e não havia participação do clube.

3.4 O relacionamento dos torcedores com o clube antes da saída da cidade

A segunda parte do formulário refere-se às relações estabelecidas entre torcedor e clube antes da saída desse da cidade e consequente mudança para a cidade de Betim. Procurei obter algumas informações sobre a participação dos torcedores no cotidiano do clube.

A primeira questão relaciona-se à frequência com que o torcedor assistia às partidas do clube na própria cidade. O ato de ir ao estádio de futebol assistir a uma partida representa uma opção de lazer significativa para o brasileiro. A grande frequência no Estádio Ipatingão nos jogos do Clube na cidade revela um dado importante no hábito do torcedor. Observando e fazendo anotações de suas falas, pude perceber o quanto esse espaço é importante para o morador da cidade.

Sobre a assistência dos jogos de futebol no estádio, a experiência de vivenciar o jogo *in loco* e a apropriação midiática, para Gastaldo (2005b, p.114),

> [...] a experiência "direta" de assistir a um jogo de futebol no próprio estádio, onde muitos torcedores acompanham a partida com os olhos no gramado e com um radinho de pilha colado ao ouvido, acrescentando à própria experiência a autoridade do discurso do locutor [...] no estádio, o torcedor experimenta o compartilhar de um mesmo evento com milhares de outras pessoas, torna-se massa, dissolve-se na "torcida" de seu time; enquanto em sua casa, assistindo à televisão, tal fenômeno social coletivo praticamente não ocorre, salvo em circunstâncias muito especiais, como no momento de um gol importante, por exemplo.

Nos dias de jogos, horas antes do início das partidas, barracas que vendem bebidas e gêneros alimentícios se instalam em frente à bilheteria do estádio, próximo aos portões de entrada, locais onde se concentram os torcedores.

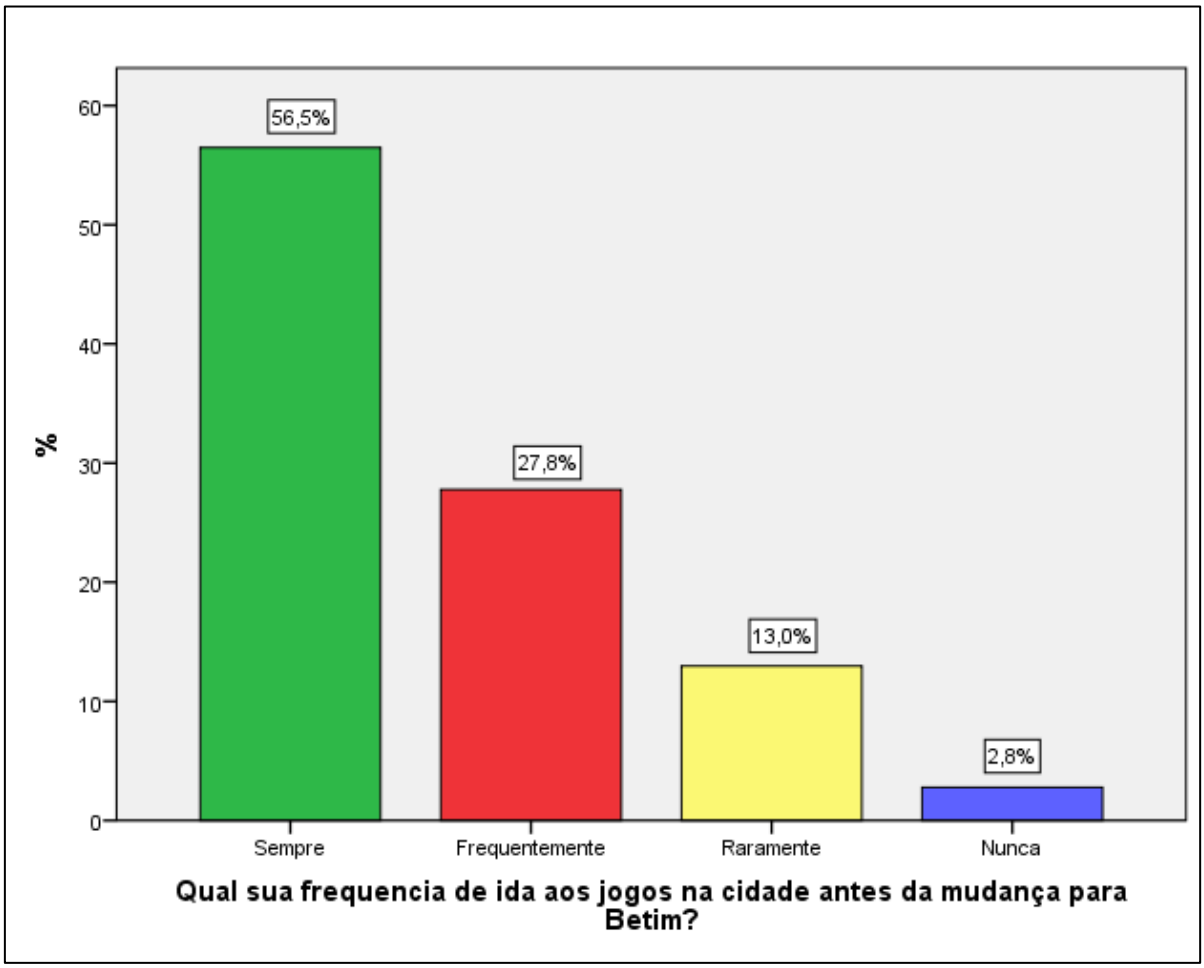
As imediações do estádio em dias de jogos constituem intensa manifestação de sociabilidade entre os torcedores, espaço de convivência que atua de maneira contígua ao espetáculo esportivo. O convívio do torcedor em aproximação com o ritual confere ao futebol.

> [...] contornos mais complexos do ponto de vista de sua sociabilidade e preparação simbólica para vivenciar as emoções de uma partida.
> Pontos de encontro privilegiados onde se discutem os jogos, as possibilidades do time ou dos adversários, as questões técnicas e táticas, locais onde se pode "descolar" um ingresso que não pôde ser comprado com antecedência, sobretudo quando o jogo é importante e

> a procura desses ingressos é intensa, estas barracas concentram no seu espaço, muitas vezes improvisado e acanhado, vários grupos de interesses em torno das partidas (TOLEDO, 2000a, p. 286).

O gráfico 1 representa o grau de comparecimento dos torcedores nos jogos na cidade Ipatinga, durante o tempo em que o Ipatinga FC jogou na cidade, antes da saída para Betim, em 2012. Cerca de 56,5 % dos torcedores relataram ir sempre aos jogos do clube na cidade, 27,8% declararam ir frequentemente, 13% disseram ir raramente e 2,8 % relataram nunca ter comparecido aos jogos do Ipatinga FC na cidade.

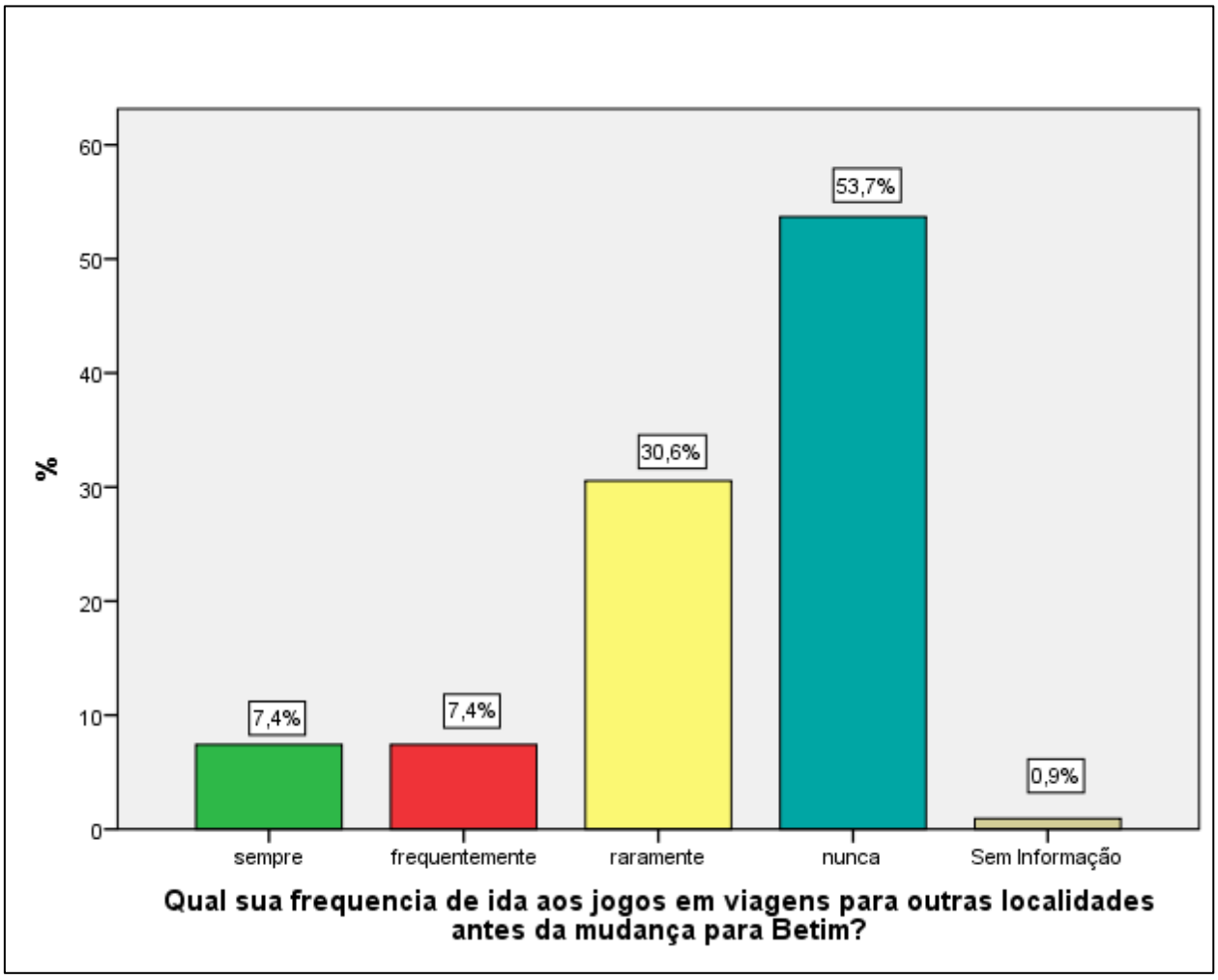
Gráfico 1 - Frequência de ida aos jogos antes da mudança para a cidade de Betim



Fonte - Elaborado pelo autor da dissertação.

Quanto aos jogos realizados fora da cidade de Ipatinga, poucos torcedores relataram acompanhar o clube. Declararam ir sempre aos jogos, 7,4%, o mesmo percentual (7,4%) declarou ir frequentemente. Os torcedores que declararam ir raramente correspondeu ao valor de 30,6 % e aqueles que nunca foram a jogos fora da cidade representaram 53,7% (gráfico 2).

Gráfico 2 - Frequência da ida aos jogos em viagens para outras localidades antes da mudança para Betim

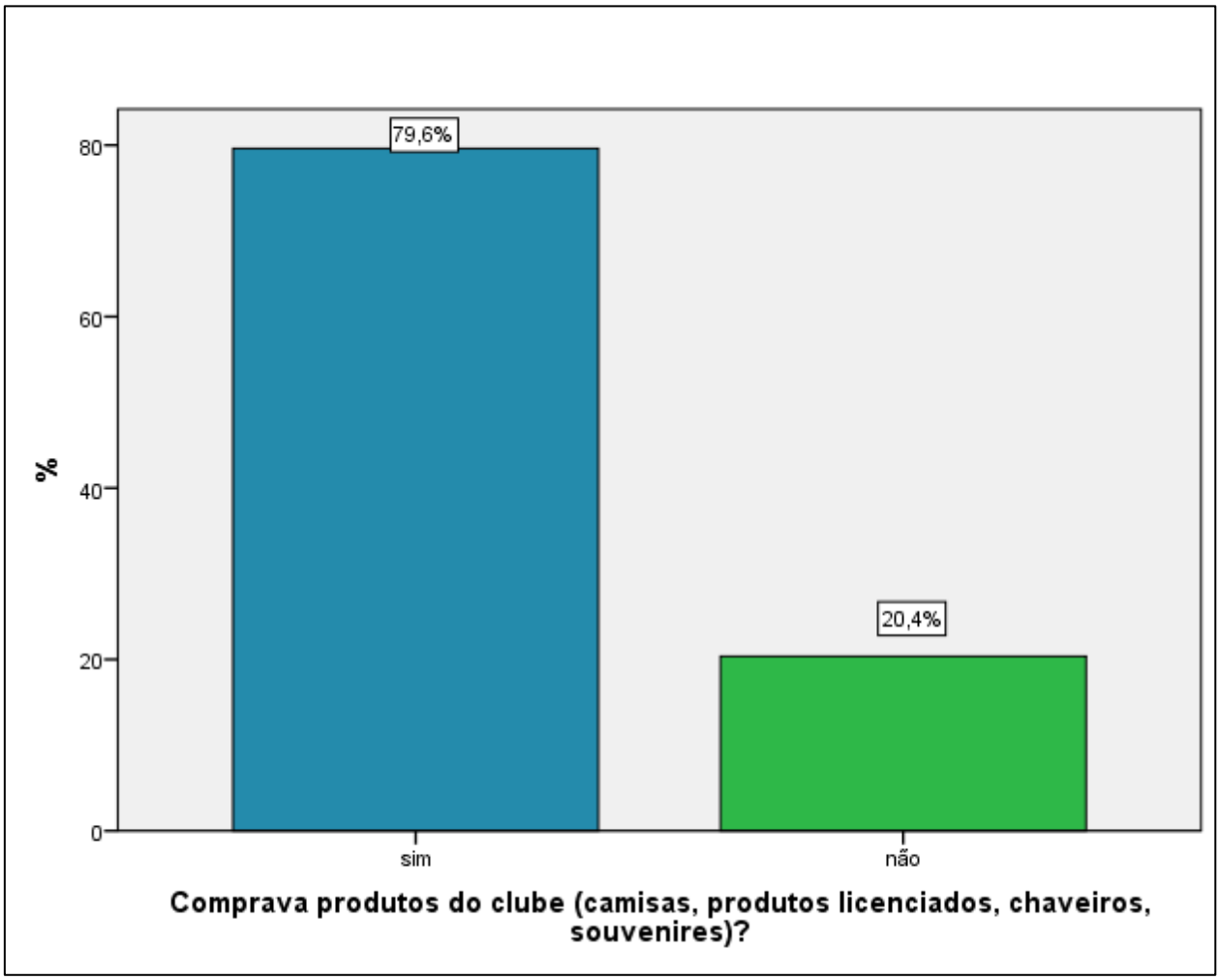


Fonte - Elaborado pelo autor da dissertação.

Ao analisar os dados dos torcedores que compraram produtos do clube, encontrei um percentual elevado de pessoas que consumiam produtos do Ipatinga FC. 79,6 relataram que compraram produtos do Clube enquanto 20,4 declararam nunca ter adquirido produtos do Ipatinga FC (gráfico 3).

Durante um passeio pelo centro da cidade de Ipatinga, é comum ver torcedores vestindo camisas de seus clubes, principalmente os dois de maior torcida da capital mineira. Contudo, chama bastante a atenção o número de pessoas, que transitam também trajando principalmente camisas, calças e bonés do Ipatinga FC.

Gráfico 3 - Torcedores que compravam produtos do clube



Fonte - Elaborado pelo autor da dissertação.

Pela diversidade encontrada no vestuário das pessoas, parece ter havido uma grande estratégia de distribuição e/ou comercialização dos produtos do clube. O uso de uma peça de roupa ou acessório com a marca do seu clube de coração é um fator de distinção e de pertencimento.

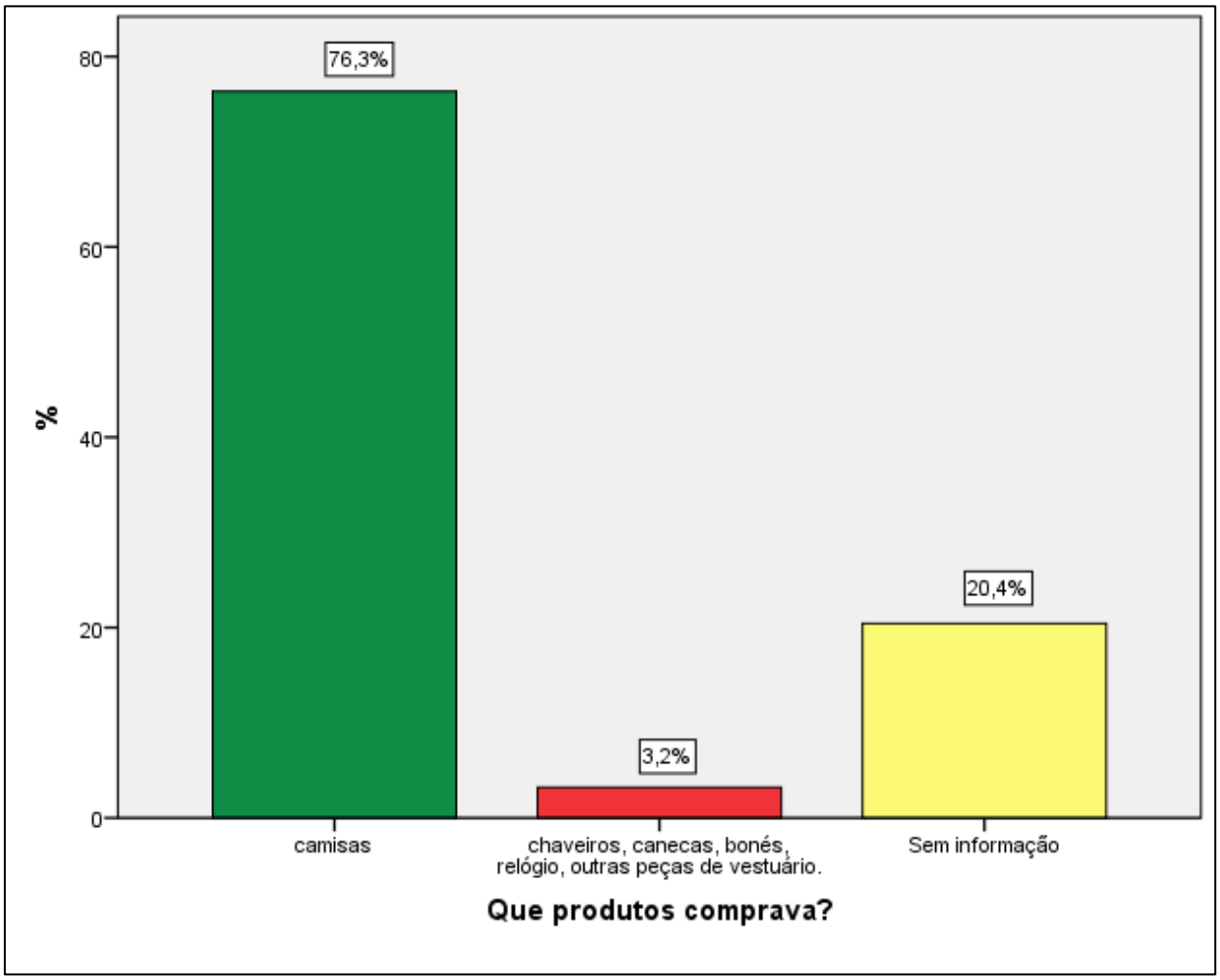
> A própria frequência aos estádios, o domínio de informações de bastidores, o consumo de mercadorias associadas à imagem do clube e o comportamento durante os jogos, são apenas alguns dos tantos critérios elencados para classificar e hierarquizar as diferentes intensidades e formas de expressão do pertencimento clubístico. Não há, portanto, um "tipo ideal" de torcedor que possa ser generalizado. Ou melhor, forjar esse "tipo ideal" seria desconsiderar a diversidade característica do universo futebolístico. (DAMO, 1998, p. 65).

Nos dias dos jogos do Ipatinga na cidade, foi surpreendente o número de torcedores que vestiam alguma peça de roupa que representava o clube. Os torcedores uniformizados vestiam, na sua maioria, camisas de jogo, simbolizando certo nível de proximidade, orgulho e pertencimento desses atores que se identificavam com o Ipatinga FC. Esses números são expressos no gráfico 4, que representa os produtos mais consumidos pelos torcedores. As camisas do time foram os mais comprados (76,3%). Outros produtos também estão na lista dos consumidos e somados representam 3,2% do total (chaveiros, canecas, calças, relógios, bonés também apareceram nas respostas).

A paixão nutrida pelo torcedor não podia deixar de ser explorada pelos gestores do futebol que dependem economicamente dessa fonte de receita para sustentar parte de sua estrutura. Segundo o estudo da Pluri consultoria, o potencial de consumo depende de basicamente três condições: 1) da renda do torcedor; 2) da disposição para consumir; 3) da oportunidade de consumo, que depende diretamente da oferta, ou seja, da localização geográfica do torcedor. O torcedor que está localizado mais próximo do seu clube terá mais oportunidades de consumir seus produtos, pois encontrará uma oferta muito maior de produtos licenciados para comprar.

Todavia, o mercado futebolístico atual, por meio de seus departamentos de *marketing* e se beneficiando dos estudos da localização dos torcedores espalhados pelo Brasil afora, desenvolve ações que visam massificar e distribuir seus produtos pelo País. Exemplo disso é a possibilidade de compra de uma cerveja com o símbolo do seu clube de futebol em qualquer parte do Brasil.

Gráfico 4 - Produtos mais comprados pelos torcedores



Fonte - Elaborado pelo autor da dissertação.

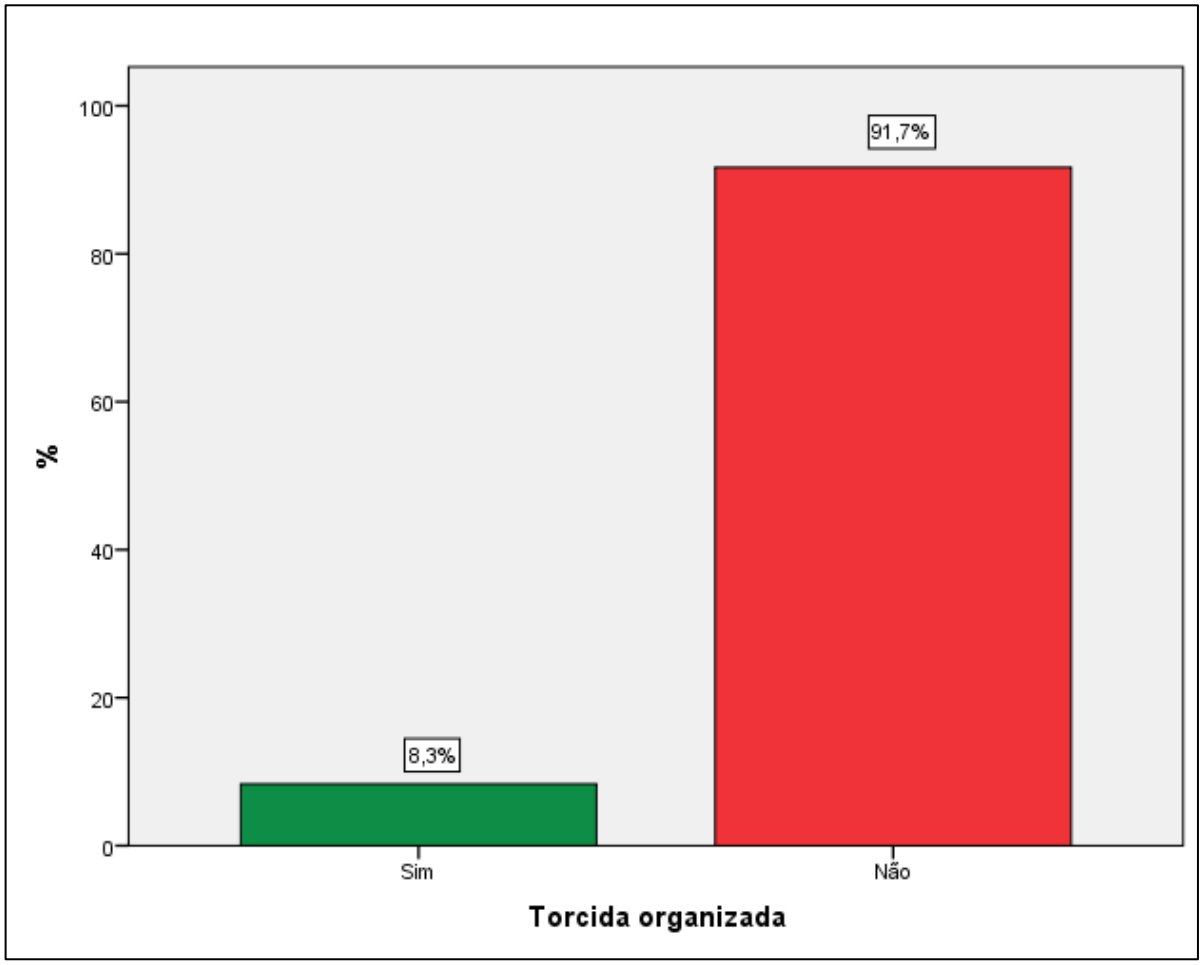
A questão 11 perguntava se os torcedores participavam de alguma Torcida Organizada (TO) e apenas 8,3% dos torcedores declararem ter participado de uma TO como pode ser visto no gráfico 5.

Em um estudo das torcidas organizadas em Minas Gerais realizado pelo GEFuT, englobando as TOs dos três clubes mineiros participantes do Campeonato Brasileiro da Série A de 2008, Clube Atlético Mineiro, Cruzeiro Esporte Clube e Ipatinga Futebol Clube, foram analisadas a manifestação, a organização e as relações estabelecidas intra e intertorcidas. No caso do Ipatinga, foram analisadas duas torcidas organizadas, e as relações estabelecidas entre elas e o clube revelaram-se distintas dos dois clubes da capital mineira.

> Em Ipatinga encontramos o maior nível de envolvimento entre as torcidas e os clubes; foi notado um apoio, inclusive financeiro, para a manutenção dos grupamentos. Além disso, a torcida recebe subsídios

> para viagens, aluguel da sede, ingressos para jogos e brindes para rifas. Há ainda reuniões anuais, nas quais são definidos planos para o ano seguinte e como se dará o auxílio naquele ano. (SILVA et al. 2012, p.30)

Gráfico 5 - Participantes de torcida organizada



Fonte - Elaborado pelo autor da dissertação.

Segundo Toledo (2000a) *coletividades contrastivas de torcer* existem no Brasil desde a década de 1940, quando foram fundadas algumas torcidas uniformizadas dos clubes mais populares na cidade de São Paulo, tendo como iniciativa pioneira a são-paulina torcida uniformizada do São Paulo Futebol Clube, fundada em 1942. De maneira divergente da atual, naquela época, os componentes dessas torcidas, que inauguraram a era das atuais TOs, eram sobretudo jovens de classe média, sócios dos próprios clubes que compartilhavam ideias e interesses com a diretoria dessas agremiações.

Ainda, segundo Toledo (2000a), essas torcidas já estavam alinhadas ao arranjo institucional do futebol da época e alguns distúrbios já ganhavam uma dimensão preocupante ante as condutas transgressoras dentro dos estádios que já eram consideradas preocupantes enquanto um problema sério a ser tratado no futebol.

Sobre essas atitudes transgressoras que se transformaram ao longo do tempo em um problema mais grave, há o dos confrontos entre as TOs de clubes rivais que protagonizaram conflitos violentos e que causaram um estereótipo de torcer que rivaliza de maneira negativa aos espetáculos promovidos por seus membros dentro dos estádios.

Houve, no Brasil, nos últimos anos, uma criminalização das torcidas organizadas levando a algumas ações dos órgãos de segurança e do poder público, tais como a restrição temporária de acesso aos estádios e até a proibição do uso dos símbolos dos seus clubes em seus materiais e uniformes[52], fato que gera uma certa tensão e dúvida em relação ao acesso e permissão dessas organizações nos estádio de futebol[53].

Nesse preâmbulo, surge uma questão importante: está o torcedor se sentindo constrangido ao declarar fazer ou ter feito parte de uma torcida organizada? Disse isso diante de alguns torcedores que trajavam roupas das TOs do Ipatinga FC que, ao responder o formulário, se declararam não integrantes das torcidas organizadas.

No primeiro jogo do retorno do clube a cidade, em um jogo válido pela fase classificatória do Módulo II do Campeonato Mineiro, uma das torcidas organizadas se mobilizou para torcer pelo Ipatinga, como pode ser visto na figura 3, estendendo sua bandeira e entoando os cânticos de apoio ao clube.

[52] Disponível em: <http://globoesporte.globo.com /futebol/times/cruzeiro/noticia/2013/12/ cruzeiro-proibe-torcidas-organizadas-de-usar-os-simbolos-do-clube.html> Acesso em: 20 mar.2015.

[53] Disponível em: < http://globoesporte.globo.com/mg/noticia/2014/09/tres-torcidas-organizadas-de-cruzeiro-e-galo-estao-banidas-dos-estadios.html> Acesso em: 20 mar./2015.

Figura 3 - Torcida organizada do Ipatinga FC no jogo: IFC x Social FC

Fonte – Foto tomada pelo autor da dissertação.

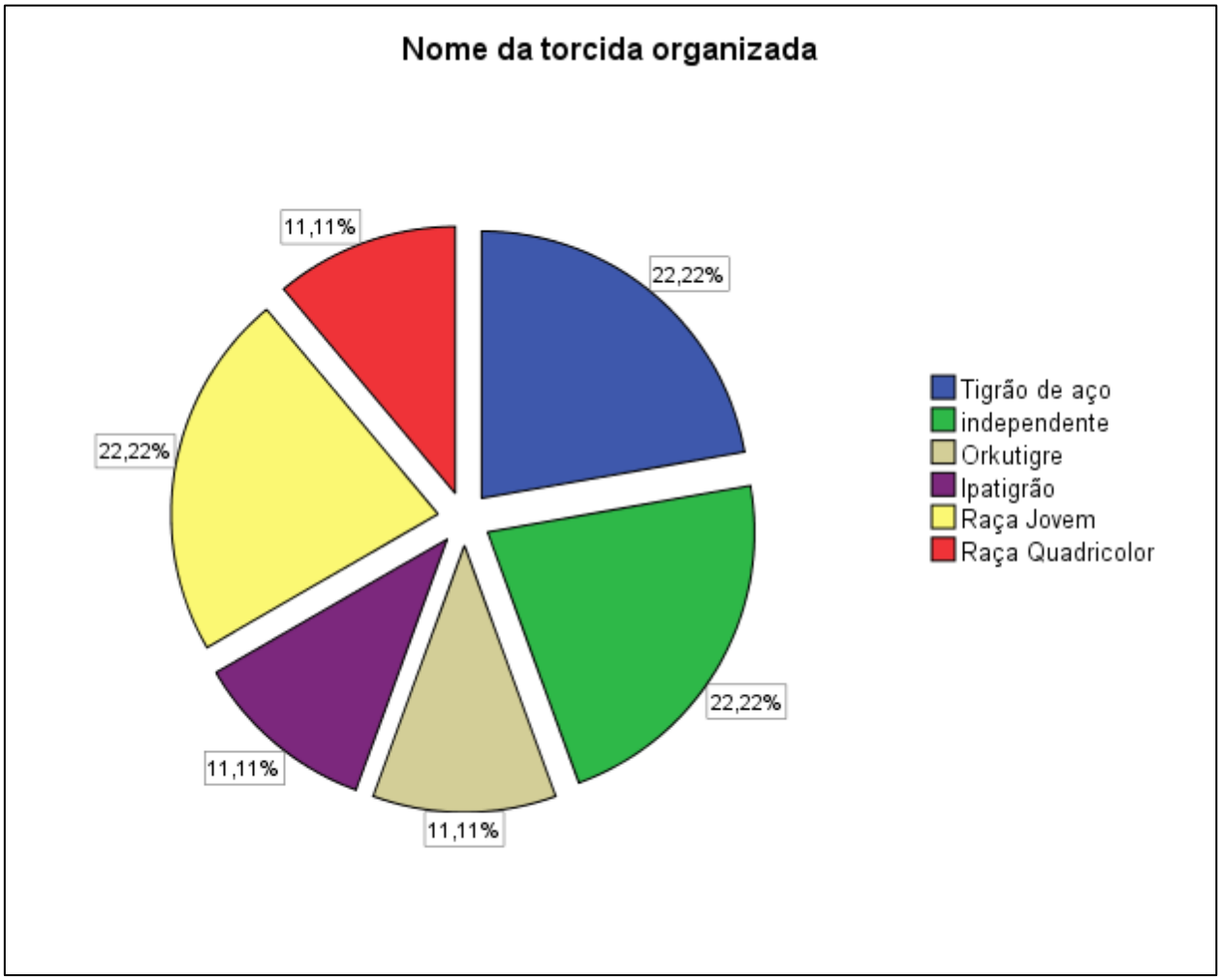
Para exemplificar, a rivalidade entre o Ipatinga e o Social pode ser protagonizada pelas TOs. Na figura 4, pode ser vista a faixa da torcida adversária, bem como seus torcedores nas arquibancadas.

Figura 4 - Torcida organizada adversária (Social FC)

Fonte – Foto tomada pelo autor da dissertação.

Apesar de apenas 8,3 % dos torcedores terem declarado fazerem parte de alguma TO, ainda assim, foram encontrados torcedores de seis TO's existentes na cidade.

Gráfico 6 - Torcidas organizadas citadas pelos torcedores do Ipatinga FC

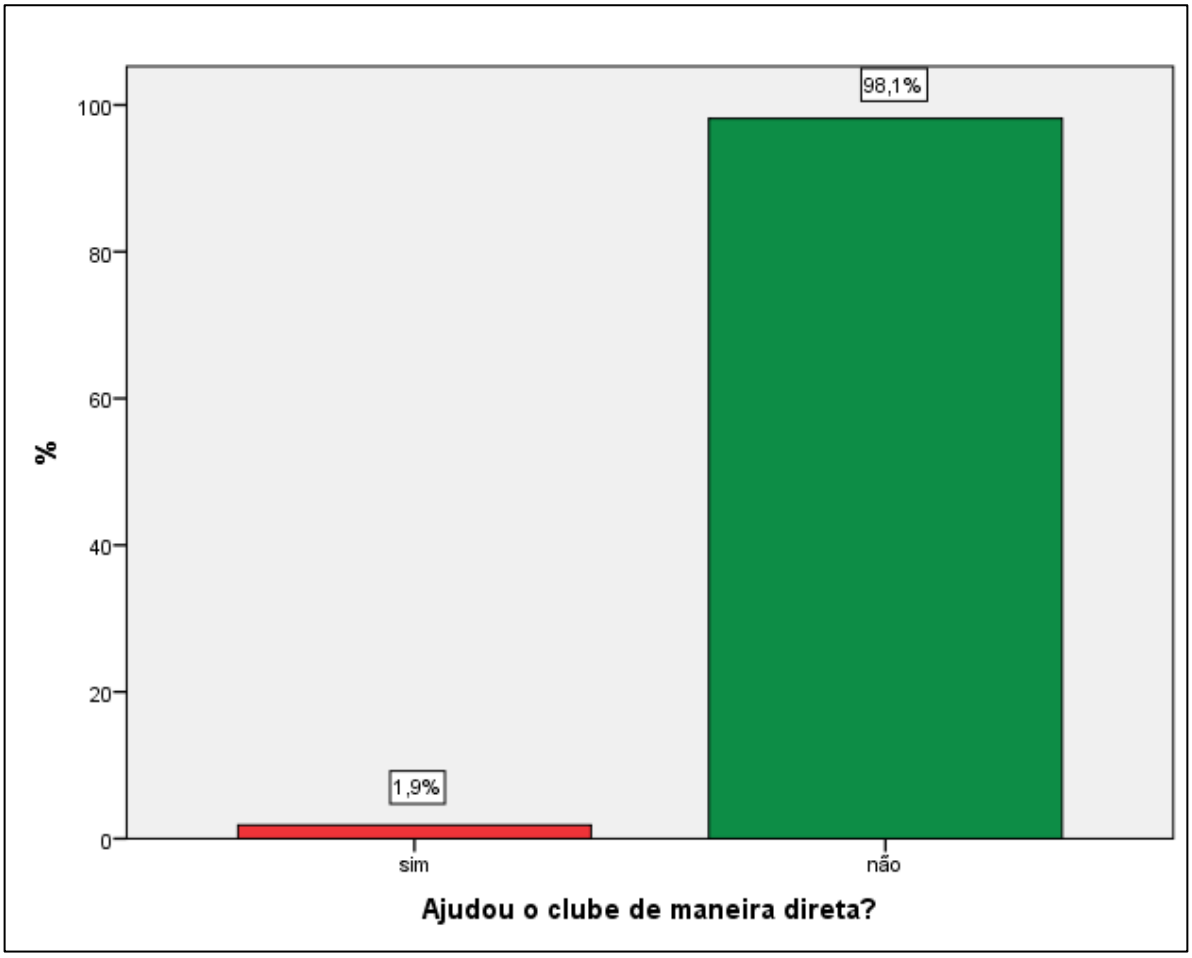


Fonte - Elaborado pelo autor da dissertação.

Quando perguntados se ajudaram o clube de maneira direta, os torcedores responderam espontaneamente fazerem parte do programa sócio-torcedor, o que não caracteriza ajuda financeira direta ao clube. Após explicações, 98,1 % dos torcedores disseram não terem contribuído de maneira direta com o clube como pode ser visto no gráfico 7. Dos 1,9 % que relataram terem fornecido recursos financeiros de maneira direta, estes apenas relataram os valores, mas não quiseram expor informações adicionais sobre o destino e a aplicação dos recursos pelo clube. Outra informação interessante foi o relato de alguns torcedores que

disseram terem ajudado o clube fornecendo serviços de maneira gratuita como forma de contribuição para seu funcionamento, como transporte de jogadores e serviços de confecção de uniformes.

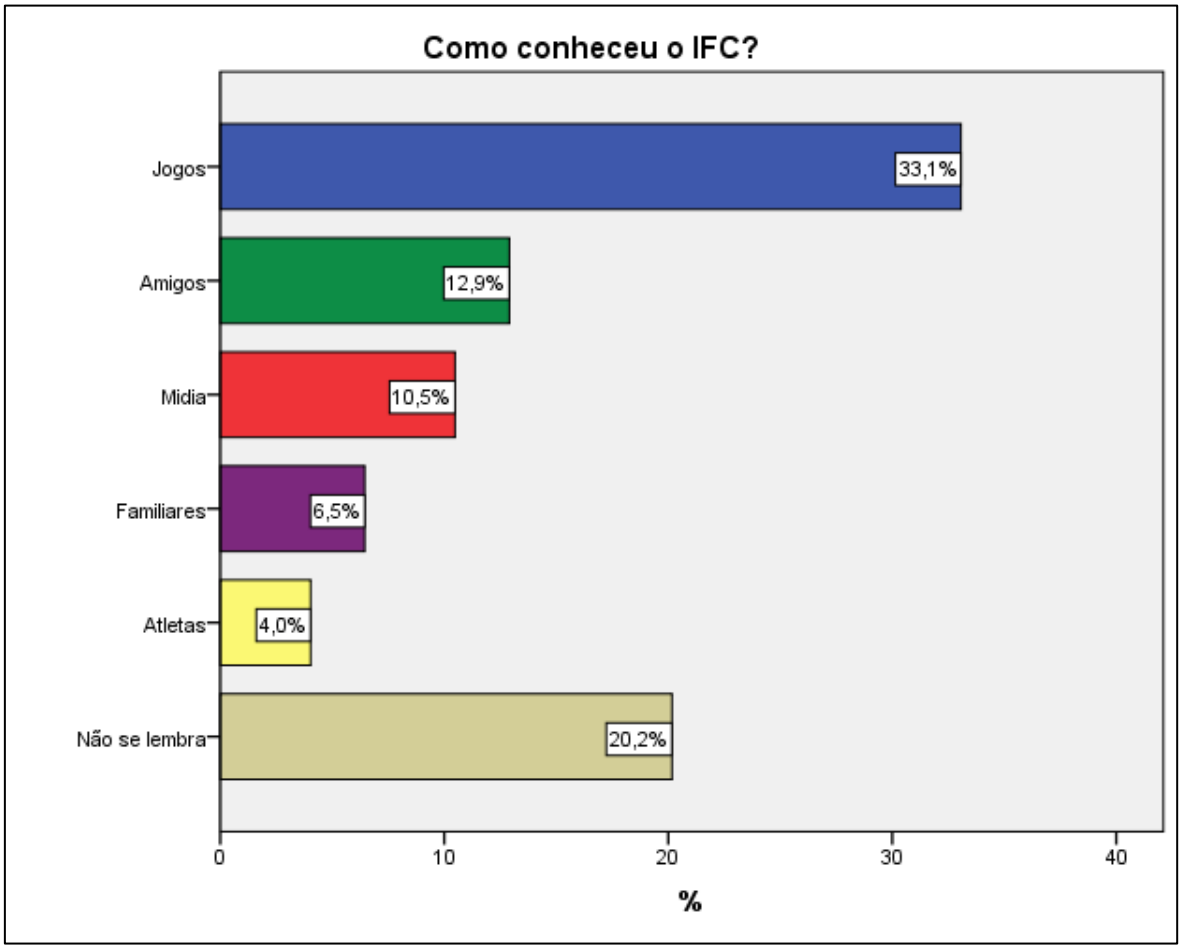
Gráfico 7 - Torcidas organizadas citadas pelos torcedores do Ipatinga FC



Fonte - Elaborado pelo autor da dissertação.

Sobre como conheceram e se tornaram torcedores do Ipatinga FC, 33,1% dos torcedores relataram que foram apresentados ao clube por meio da realização das partidas no Estádio Ipatingão, 12,9% conheceram o clube via amigos, 10.5% relataram ter conhecido o clube por intermédio da mídia impressa, de rádio e televisiva; 6,5% conheceram o clube via familiares e 4,0% por meio de atletas que jogaram no clube. Interessante é o elevado percentual de pessoas que disseram não se lembrarem (20,2%) como conheceram o clube em contraste ao elevado número de pessoas que disseram tê-lo conhecido nos jogos.

Gráfico 8 - Como conheceu o Ipatinga FC?



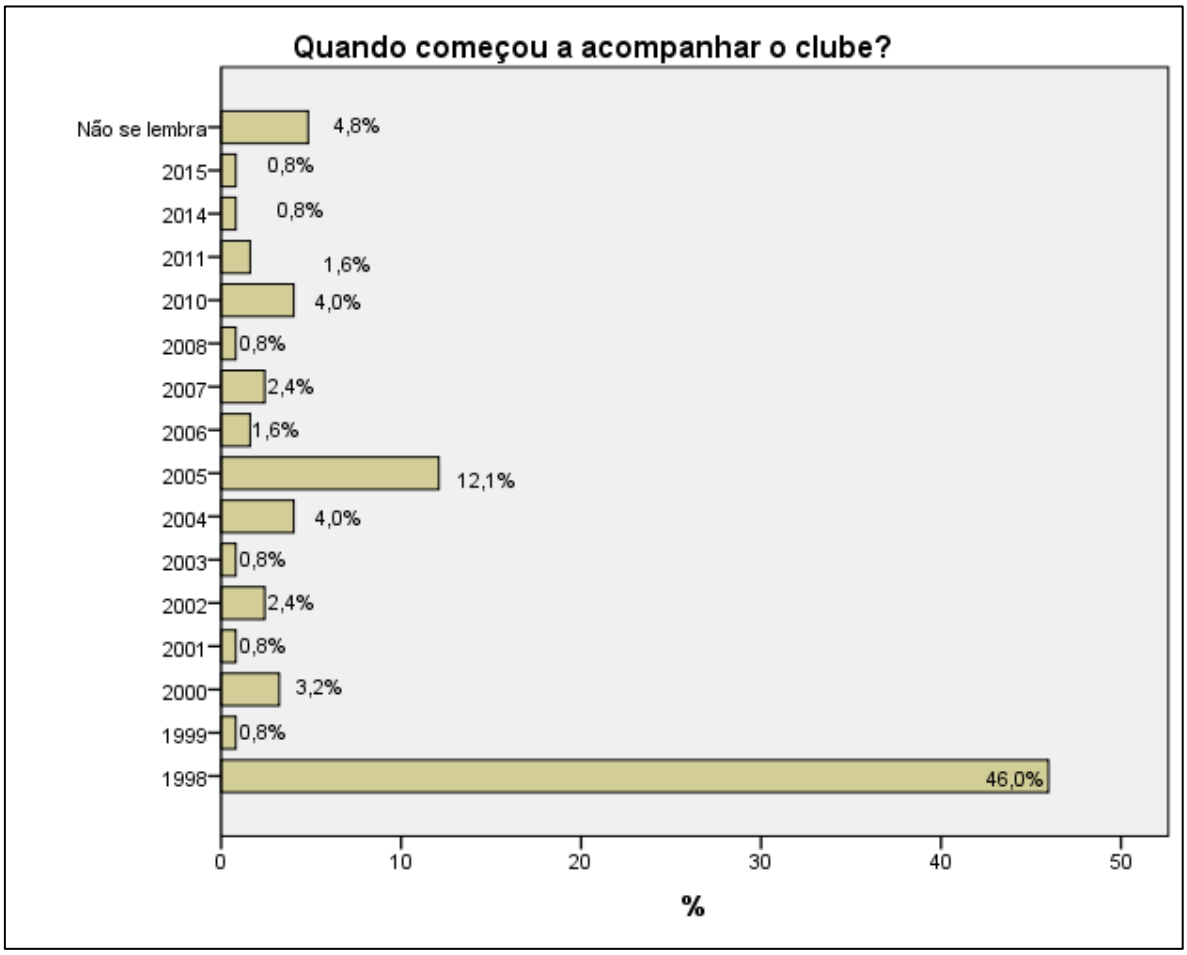
Fonte - Elaborado pelo autor da dissertação.

Sobre quando os torcedores começaram a acompanhar o clube, foi encontrada uma grande incidência de respostas que coincide com sua época de fundação. Por ser um clube jovem, criado em 1998, e a maioria dos torcedores declarados terem idade superior a 25 anos, é bem provável que os torcedores da cidade tenham acompanhado de perto seu surgimento e as etapas de ascensão, conforme pode ser visto no gráfico 9.

Um dado interessante é que o segundo grande pico de interesse pelo clube se deu em 2005, época em que o Ipatinga FC conquistou o Campeonato Mineiro, vencendo o Cruzeiro Esporte Clube na final. Em sua tese de doutoramento, Silva (2001) identificou, por meio de sua pesquisa com os torcedores do Clube de Regatas Vasco da Gama, que um fator importante mencionado pelos torcedores na escolha do clube de coração, foi a *fase de sucesso pela qual passa o time.* Segundo

o autor, essa fase é importante e decisiva quando coincide com o momento da escolha sendo os fatores determinantes a conquista de títulos e o aparecimento de ídolos.

Gráfico 9- Quando começou a acompanhar o clube?



Fonte - Elaborado pelo autor da dissertação.

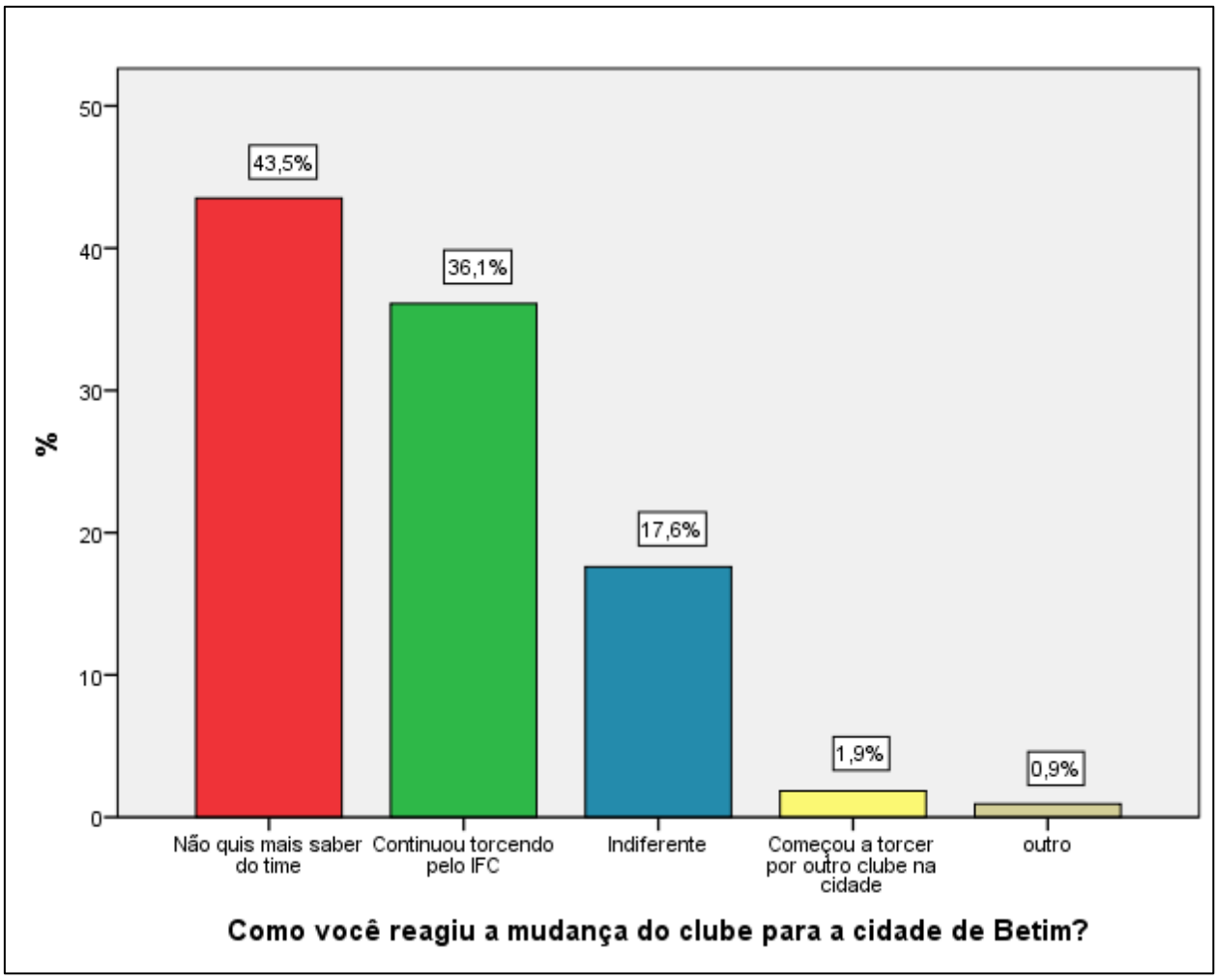
3.5 Relacionamento com o Ipatinga FC após a saída da cidade

A terceira parte do formulário se refere ao relacionamento do torcedor com o clube quando este deixa a cidade, no início de 2012, e migra para a cidade de Betim. Sobre a reação do torcedor a respeito da mudança do clube para outra cidade, 43,5% dos torcedores declararam não quererem mais saber do time; 36.1 %

disseram continuarem torcendo pelo Ipatinga FC; 17,6% se mostraram indiferentes e 1,9% começaram a torcer por outro clube na cidade (gráfico 10).

Esse dado parece representar bem a insatisfação dos torcedores em relação ao deslocamento do clube para outro município, diante do cenário de incerteza que essa ação provocou no torcedor ipatinguense.

Gráfico 10- Como o torcedor reagiu à mudança de sede do clube



Fonte -Elaborado pelo autor da dissertação.

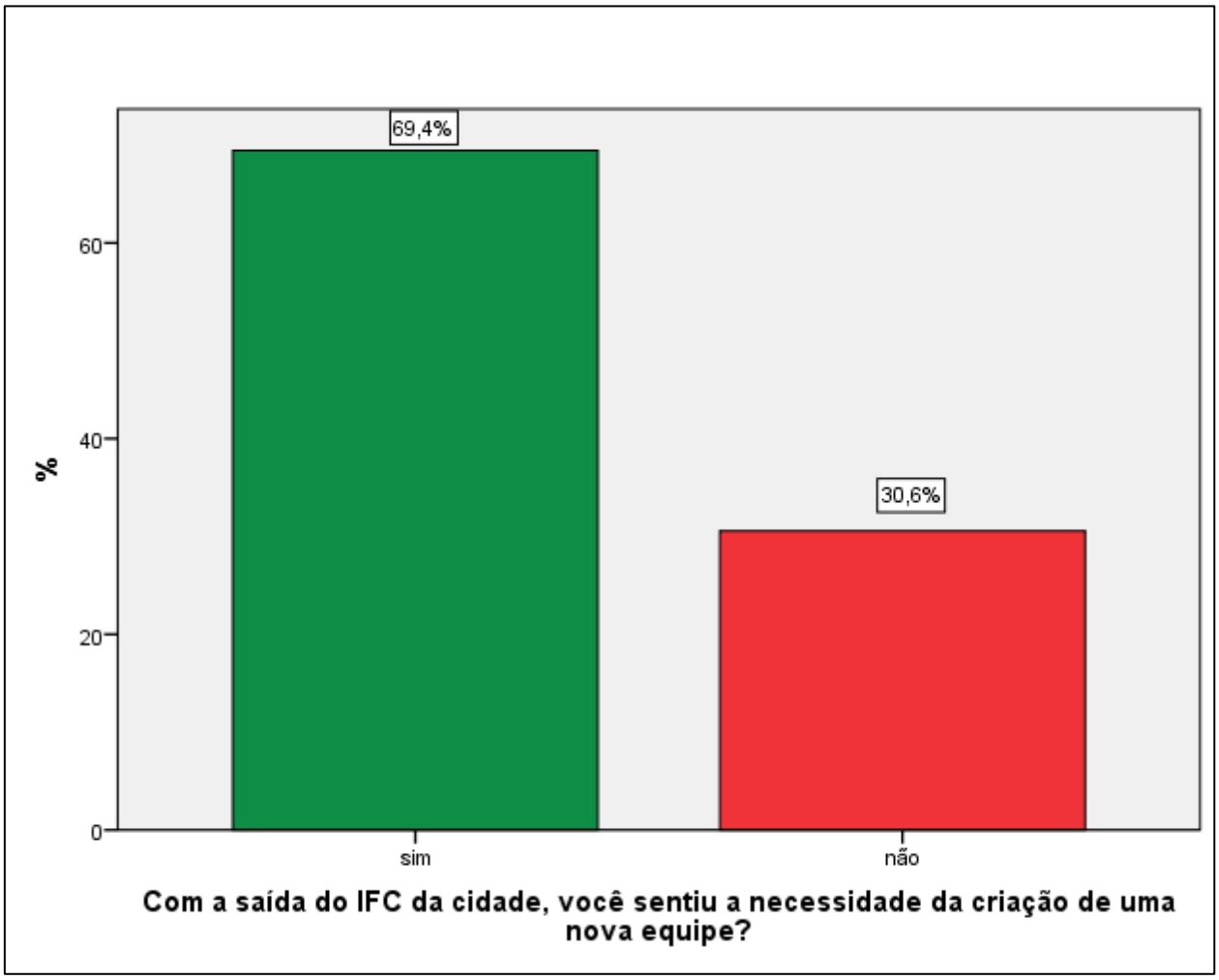
Quando perguntados sobre a necessidade de criação de uma nova equipe de futebol na cidade, 69,4 % disseram sentirem necessidade de outro clube para ocupar o cenário esportivo local, como exibido no gráfico 11. A maior parte das justificativas se concentra na forma de lazer que tem no futebol uma das principais opções na cidade. Além de relacionar o estádio Ipatingão como um espaço de lazer que precisa ser ocupado nos finais de semana com os jogos, as pessoas relataram que o futebol, nessas ocasiões, representa distração e divertimento para o

trabalhador, um momento de lazer que precisa de um clube para preencher o espaço deixado pelo Ipatinga FC.

Outra categoria de resposta que aparece faz referência à cidade. Os torcedores disseram que a cidade de Ipatinga é muito grande, tem estrutura e merece um clube de futebol. Além disso, os torcedores relataram que um clube de futebol eleva o nome da cidade e a divulga para o todo o País. O interessante nas respostas dos torcedores é o enaltecimento da cidade enquanto marco territorial, já consolidado no meio esportivo, via projeção alcançada pelo próprio Ipatinga FC.

Os torcedores que disseram não sentirem a necessidade de um novo clube na cidade representam 30,6% do total dos entrevistados. As justificativas para essas respostas se concentraram na fidelidade mantida com o clube e na expectativa de retorno do mesmo, manifestando o desejo de ter o clube novamente na cidade. Para os torcedores, a passagem do clube por Betim seria transitória, embora não houvesse garantias de que o retorno do Ipatinga FC à cidade fosse acontecer.

Gráfico 11 - Necessidade da criação de outro clube na cidade



Fonte - Elaborado pelo autor da dissertação.

No final de 2012 e início de 2013, houve uma movimentação na região do Vale do Aço, com alguns anúncios de retorno de atividades de alguns clubes que andavam em um *estado de dormência* na disputa de competições e já não figuravam de maneira representativa no cenário regional há algum tempo[54].

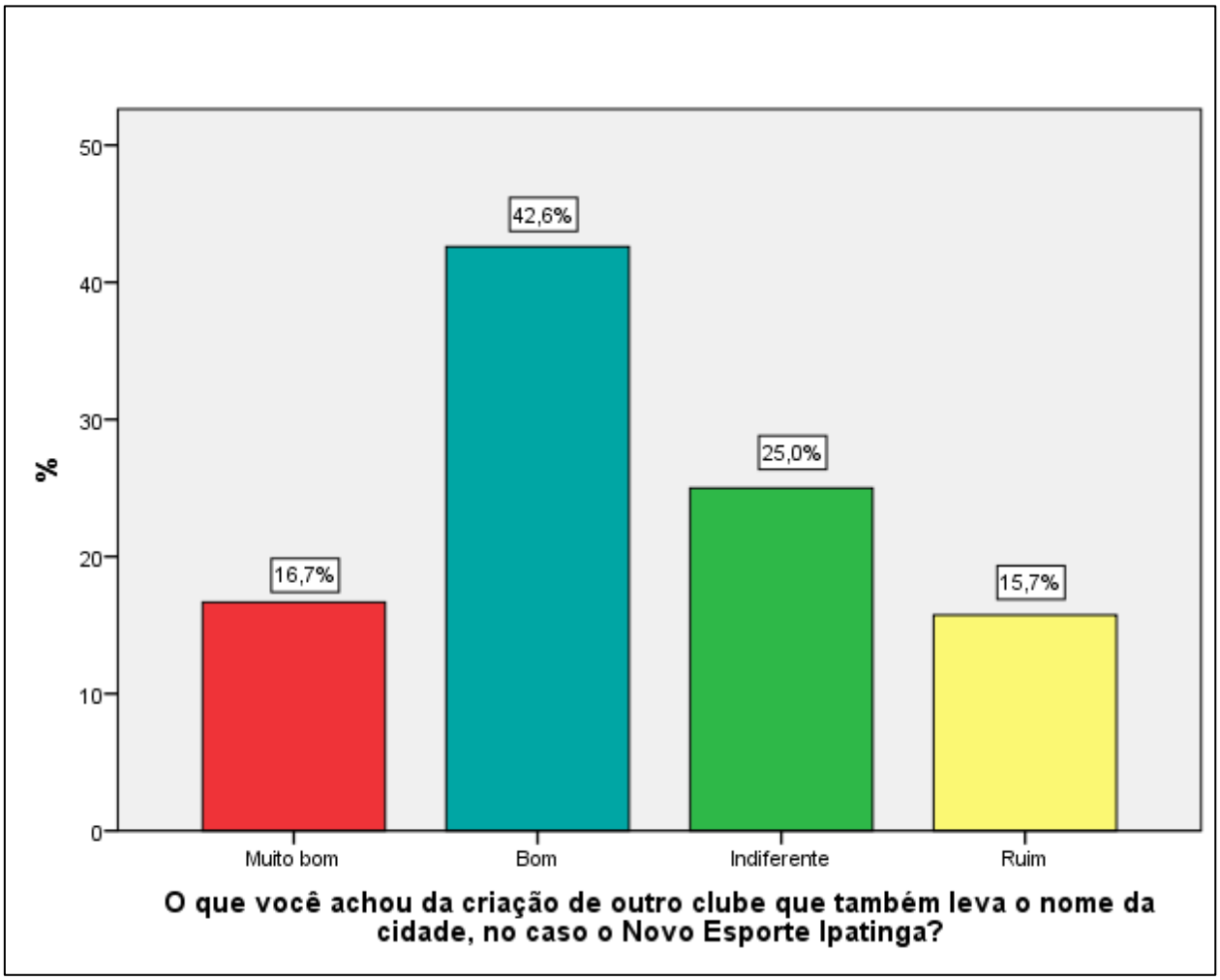
A saída do Ipatinga FC da cidade parece ter aberto perspectivas para criação de novos clubes na cidade, de maneira que, em 12 de dezembro de 2012, foi fundado o Novo Esporte Ipatinga, sob o desígnio de um clube-empresa e na condição de único representante do município em competições oficiais[55].

[54] Disponível em: <http://www.jvaonline.com.br/ler_noticia.php?id=101872> Acesso em: 30 mar.2015.
[55] Disponível em: <http://globoesporte.globo.com/mg/grande-minas-vales/noticia/2013/04/nasce-oficialmente-o-novo-esporte-clube-ipatinga.html>; <http://diariodoaco.com.br/noticias.aspx?cd=68895> Acesso em: 30 mar.2015.

O gráfico 12 exibe a opinião dos torcedores sobre a criação desse clube que também leva o nome da cidade e as cores inspiradas na sua bandeira. Um total de 16,7 % dos torcedores aprovou a iniciativa com a justificativa de que o clube também leva o nome da cidade e, pelo estádio que possui, Ipatinga tem que ter uma equipe profissional. Dos 42,6% dos torcedores que acharam a iniciativa *boa*, houve observações a respeito da possibilidade do início de um novo time, que poderia gerar identificação nos torcedores. Assim, com investimentos poderia haver melhorias e o Novo Esporte Ipatinga poderia até surgir como um substituto do Ipatinga FC.

Os 25% de torcedores que se declararam indiferentes, de maneira geral, ou disseram que deveria haver uma união de forças para criar um clube forte, ou relataram estarem decepcionados com os resultados não muito expressivos obtidos pelo Novo Esporte Ipatinga. 15,7% disseram que a iniciativa foi ruim e justificaram como sendo desnecessária, não havendo espaço para dois clubes na cidade.

Gráfico 12 - Opinião sobre criação de outro clube com o nome da cidade

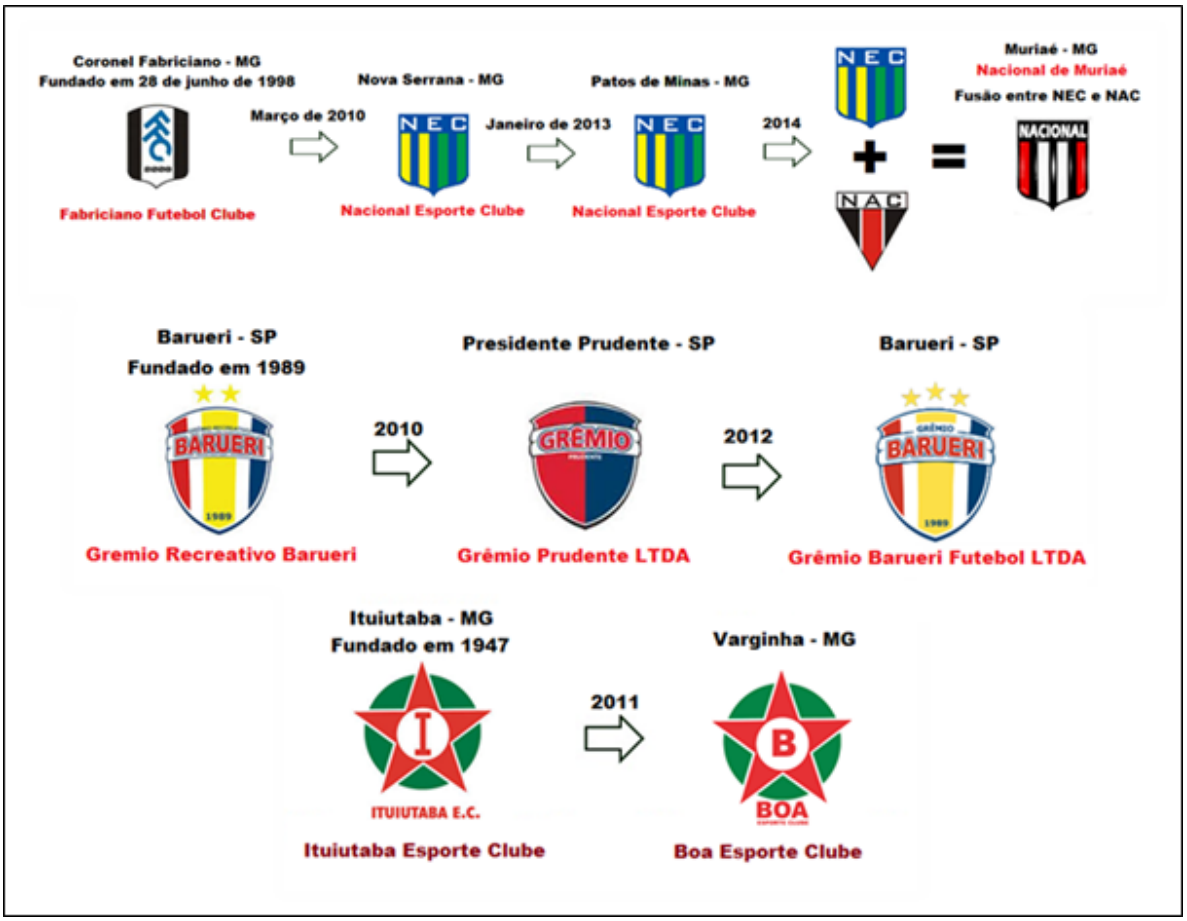


Fonte - Elaborado pelo autor da dissertação.

3.6 Relacionamento com o clube após o retorno para a cidade

A quarta e última parte do formulário refere-se ao relacionamento do torcedor com o clube após seu retorno para a cidade de Ipatinga. Os processos de migração de clubes de futebol brasileiros tornaram-se comuns nos últimos anos. Os casos foram amplamente divulgados na mídia esportiva e alguns clubes terminaram por retornar à sua cidade natal. A figura 5 traz alguns exemplos de casos de migração de clubes de futebol e o desfecho do clube no cenário esportivo.

Figura 5 - Desfecho das migrações de alguns clubes



Fonte - Elaborado pelo autor da dissertação.

O Ipatinga FC retornou à sua cidade-sede ainda em 2013, mesmo ano em que transferiu sua sede para o município de Betim. O retorno se deu ainda sob o nome de Betim Esporte Clube, com o qual disputou os campeonatos até novembro de 2014, quando conseguiu reverter seu nome.

Quando perguntados sobre sua opinião sobre o retorno do Ipatinga FC à cidade, 76,9% aprovaram dizendo que foi muito bom. As observações dos torcedores remetem mais uma vez ao futebol como opção escolhida para o lazer enquanto marco da sociabilidade torcedora: *voltamos a nos encontrar domingo no campo*, foi o relato de um torcedor que chamou a atenção.

Especificamente no Brasil, uma atividade que se destaca como lazer é o futebol, podendo ser considerado como um dos mais importantes elementos da cultura nacional e de lazer, “[...] ele é parte da cultura brasileira e, assim, entendê-lo como um espaço no qual o povo pode dramatizar, vivenciar e atualizar emoções”

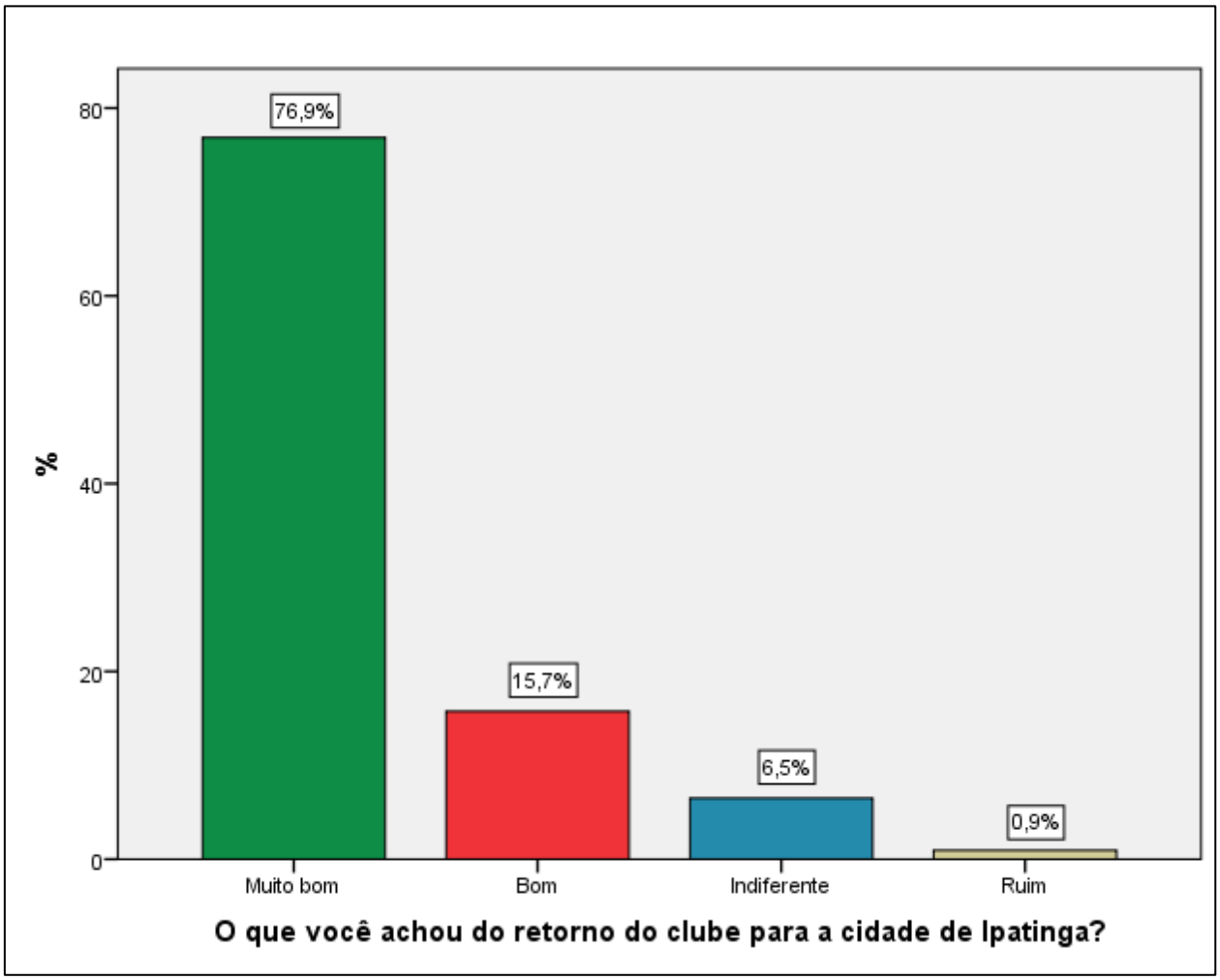
(DAOLIO, 2006, p. 116). Ainda, segundo Daolio (2006), o futebol está arraigado no nosso cotidiano, não sendo possível deixar de vê-lo, ouvi-lo ou pelo menos saber sobre ele.

O futebol tem sido um espaço de reencontro e de sociabilidade entre as pessoas que, segundo Reis (1998), é a atividade de lazer esportivo mais praticada no mundo. Como possibilidade de lazer, ultrapassa as linhas que delimitam o campo na disputa entre as duas equipes, constituindo-se em uma importante atividade para as vivências de lazer de muitos brasileiros.

Tanto na sua possibilidade de prática, quanto ao ato de torcer, o futebol legitima-se na perspectiva do lazer, trazendo reflexos no cotidiano da sociedade brasileira. A concepção do futebol como “[...] entretenimento, lazer, ou estilo de vida implica trocas, conflitos e contaminação entre os variados padrões de sociabilidade observados a partir da sua fruição” (TOLEDO, 2000b, p. 137).

Para 15,7% dos torcedores, o retorno do clube foi bom; 6,5% se sentiram indiferentes e 0,9% classificaram como ruim. Alguns torcedores que classificaram o retorno do clube como ruim se disseram decepcionados com o ocorrido.

Gráfico 13 - Opinião do torcedor sobre o retorno do clube para a cidade

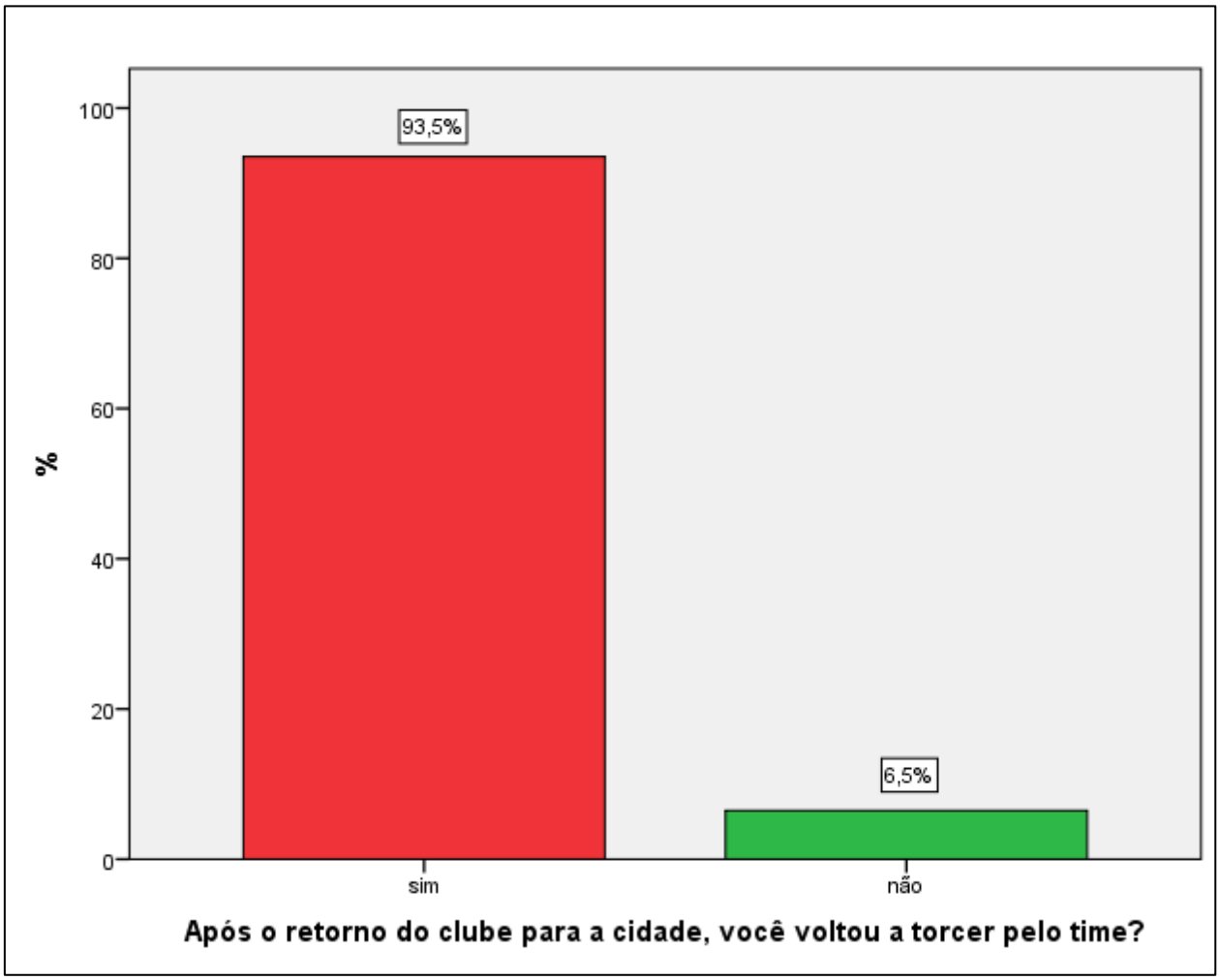


Fonte - Elaborado pelo autor da dissertação.

Quando questionados se voltaram a torcer pelo Ipatinga, 93,5% responderam positivamente. A paixão pelo clube, o relato de que nunca deixaram de torcer pelo Ipatinga FC, a representatividade do clube na cidade e pelo Brasil, além das possibilidades de lazer e convívio com os amigos foram as categorias elencadas baseadas nas justificativas dos torcedores.

Apenas 6,5% disseram não terem voltado a torcer pela equipe, justificando que o clube não deu valor à torcida, ou que o clube não tem a mesma força de antigamente.

Gráfico 14 - Torcedores que voltaram a torcer pelo clube



Fonte - Elaborado pelo autor da dissertação.

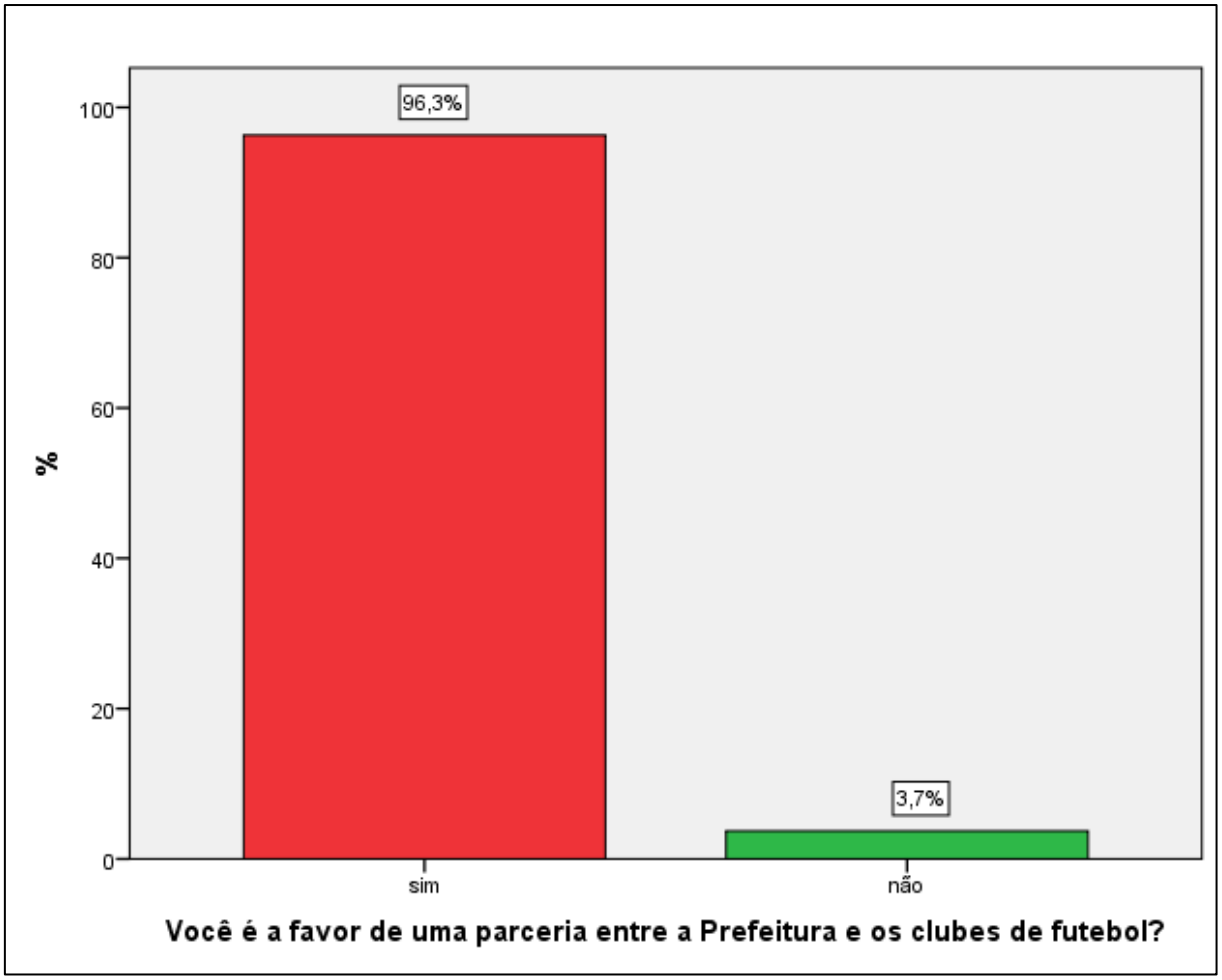
Sobre as parcerias entre os clubes de futebol e as prefeituras, 96,3% dos torcedores se posicionaram a favor. Pelo relato dos torcedores, a prefeitura deve ajudar os clubes. Essa categoria aparece descompromissada em alguns casos, como afirmações de que o poder público tem que ajudar porque se trata do futebol. Nos demais comentários, há o *desde que*: os relatos são favoráveis à ajuda financeira, condicionada *uma certa* contrapartida que o clube poderia oferecer à cidade. Nesse caso, apareceram a visibilidade da cidade e a movimentação econômica que um clube de futebol pode gerar.

Sobre o retorno econômico, Alves (2014) analisou a influência do Boa Esporte Clube, com sede na cidade de Varginha(MG) sobre a economia local. Para o pesquisador, o argumento de retorno econômico se torna falho e possivelmente tem sua justificativa baseada provavelmente na movimentação absoluta dos clubes,

não sendo realizados estudos reais de custo/benefício para o poder público diante da realização desses investimentos pelo município.

Os torcedores que relataram serem contra esse tipo de parceria representam 6,7% dos torcedores. Os principais argumentos foram acerca das outras prioridades da prefeitura a que o dinheiro público deve ser destinado como saúde e educação.

Gráfico 15 - Opinião do torcedor sobre parceria entre prefeitura e clubes



Fonte - Elaborado pelo autor da dissertação.

Os dados encontrados em Ipatinga acerca da relação estabelecida entre torcedor e clube, evidenciam grande participação do clube no cotidiano do ipatinguense. O próximo capítulo pretende explorar como se deu essa relação em Betim a partir da chegada do clube à cidade.

4 ANÁLISE DAS ENTREVISTAS DOS TORCEDORES DO BETIM EC

Neste capítulo, abordarei as entrevistas realizadas com os torcedores do Betim EC os quais acompanharam a trajetória do clube enquanto este esteve sediado na cidade. Entrevistei seis torcedores do Betim EC que iam frequentemente aos jogos do clube, realizados durante o ano de 2013, nas cidades de Sete Lagoas e Nova Serrana[56], onde era o seu mando de campo.

Os eixos de análise definidos e que compõem as especificidades do caso da constituição dos torcedores na cidade de Betim são: os torcedores e sua relação com o clube e o futebol, como opção de lazer, e o torcer após a saída do clube da cidade. Assim, apresentarei inicialmente um panorama do contexto esportivo na cidade e situarei o futebol no seu cotidiano. Em seguida, mostrarei os torcedores, sua relação com o clube, tendo o futebol como uma opção de lazer. Um marco importante para os torcedores é a inserção do clube em seu bairro, o que reforça os laços identitários com a região em que vivem as pessoas.

Em seguida, elencarei alguns elementos descritos pelos torcedores após a saída do clube da cidade, sendo um misto de surpresa e decepção os sentimentos relatados. O cenário esportivo na cidade de Betim abriu caminho para a criação de um novo clube com a saída do Betim EC da cidade, talvez na tentativa de cunhar a identidade de um clube nascido no próprio município.

4.1 A cidade de Betim e o futebol

A cidade de Betim, localizada na região metropolitana de Belo Horizonte, tem uma população estimada de 412.003 habitantes e, hoje, se destaca pelo polo industrial que abriga. Pode ser considerada uma cidade metalúrgica com grande parte do polo industrial destinado ao fornecimento de peças e serviços para o setor

[56] Na cidade de Sete Lagoas, o clube jogou no Estádio Joaquim Henrique Nogueira, conhecido como Arena do Jacaré, de propriedade do Democrata Futebol Clube e tem capacidade para 20.020 pessoas. Em Nova Serrana, o clube utilizou o Estádio Municipal Senador Zezé Perrella, denominado Arena do Calçado, em referência ao polo de confecção de calçados e acessórios, principal atividade econômica do município. O estádio tem capacidade para 6.354 torcedores. Fonte: Federação Mineira de Futebol. Disponível em: <http://fmf.com.br/Estadios.aspx> Acesso em: 12 mar.2015.

automotivo. Além disso, o polo petroquímico pode ser considerado de destaque, sendo o único do estado de Minas Gerais[57].

A cidade surgiu em 1711, quando o bandeirante Joseph Rodrigues Betim obteve a carta de Sesmaria referente ao território, cujas terras pertenciam a Vila Real de Sabará. Em 1754, o povoado passou a ser conhecido como Arraial da Capela Nova de Betim. Em 1757, passou a distrito com o nome de Capela Nova de Betim e, em 1938, é elevada a município. A chegada da Estrada de Ferro Oeste de Minas, em 1910, foi fundamental para seu desenvolvimento econômico e ligação com as demais regiões do estado[58].

Segundo estudo da Fundação João Pinheiro, em 2011, a cidade apresentou a segunda maior participação no produto interno bruto do estado (7,3%), perdendo apenas para Belo Horizonte (14,2%). Segundo o relatório, os dois municípios juntos mantiveram a liderança isolada entre as dez cidades com as maiores participações no PIB estadual em 2011[59].

No que diz respeito ao lazer, a cidade tem poucas opções para a população. Nos últimos anos, os maiores investimentos realizados na cidade foram concentrados na construção de dois *shoppings centers*. Segundo Mascarenhas (2005), é a proposta do lazer monopolista, que concentra várias modalidades num só empreendimento e o consumo em larga escala caracterizados pelo alto investimento na construção da *grande indústria do lazer*.

Assim, para Mascarenhas (2005, p.243),

> Na esfera mais objetiva, basta a pergunta sobre um serviço de lazer pelo qual não seja preciso pagar pelo acesso para termos uma dimensão do quão corrompida anda sua experiência. Óbvio que certas modalidades tradicionais de lazer, ainda refratárias às relações mercantis, podem ser apontadas. Mas a dificuldade de identificarmos com certa prontidão e segurança alguma prática de lazer que não tenha sucumbido à forma mercadoria, por si só, já constitui obstáculo para a construção de alternativas.

[57] Fonte: IBGE. Disponível em: <http://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=310670&search=||infogr%E1ficos:-informa%E7%F5es-completas> Acesso em: 08 abr.2015.
[58] Fonte: Prefeitura de Betim. Disponível em:<http://www.betim.mg.gov.br/>. Acesso em: 08 abr.2015.
[59] Produto interno bruto dos municípios de Minas Gerais – 2011 foi realizado pelos órgão estaduais de estatística sob a coordenação do IBGE. Disponível em: < http://www.fjp.mg.gov.br/index.php/docman/cei/pib/pib-municipais/212-informativo-pib-municipios-mg-2011/file> Acesso em: 08 abr.2015.

Retomando a discussão, a cidade permanece ao longo dos anos sem investimentos públicos direcionados à vivência do lazer em parques públicos, por exemplo.

O destaque na economia de Betim pode ser responsável pela atração do Ipatinga FC à cidade, tendo em vista o grande número de empresas voltadas para o setor automobilístico e o refino dos derivados de petróleo.

4.2 Os torcedores, sua relação com o clube e o futebol como opção de lazer

A primeira categoria que elenquei para esta análise refere-se às considerações sobre os torcedores e seu relacionamento com o Betim EC tendo como apontamentos os dados acerca de um breve levantamento sobre quem são os torcedores e a possibilidade da construção de uma relação a partir de elementos de aproximação do torcedor com o clube de futebol.

São apresentados alguns dados sobre os sujeitos para situá-los no contexto da pesquisa (tabela 8). Todos os entrevistados são do sexo masculino. As torcedoras identificadas e contatadas não demonstraram interesse em participar da pesquisa. A faixa etária entrevistada compreende dos dezenove aos trinta e cinco anos e sua média de idade aproximada compreende trinta anos.

Com relação ás características de formação, três entrevistados têm formação superior nas áreas de direito, comunicação e fisioterapia e os demais declararam terem completados o ensino médio. As profissões relatadas foram as seguintes: advogado, conferente de processos de logística, técnico de segurança de trabalho, cabelereiro, jornalista e fisioterapeuta.

Tabela 8 - Torcedores entrevistados

Torcedor	Idade(anos)	Clube	Ocupação
T1	35	Atlético Mineiro	Advogado
T2	33	Atlético Mineiro	Téc. de segurança do trabalho
T3	33	Flamengo	Cabelereiro
T4	24	Cruzeiro	Jornalista
T5	34	Atlético Mineiro	Fisioterapeuta
T6	19	Cruzeiro	Conferente de processo em logística

Fonte - Elaborada pelo autor da dissertação.

O componente socioeconômico é bem diversificado. Dois entrevistados se abstiveram de declarar sua renda. Os demais declararam dispor de uma renda entre R$ 1.100,00 e R$ 3.000,00, ou seja, entre um e quatro salários mínimos.

Além disso, todos têm seu clube de futebol de coração, três são torcedores do Atlético Mineiro, dois do Cruzeiro e um do Flamengo. Um dos torcedores é membro da torcida organizada Máfia Azul e era um dos diretores da Torcida Organizada do Betim EC, denominada *Loucos do alambrado*. Desse modo, todos os torcedores que mantiveram uma relação com o Betim tinham um clube de coração, até mesmo, o diretor da TO.

Após essa breve caracterização dos torcedores, é importante conhecer qual a relação dos torcedores com o Betim EC a partir de sua participação, suas experiências e vivências durante a trajetória do clube na cidade.

Antes mesmo da chegada do clube ao município de Betim, alguns torcedores ficaram sabendo, por meio da imprensa, que o Ipatinga FC estava deixando a cidade e seu provável destino seria Betim. Foi criada essa expectativa, e a recepção dos torcedores com a confirmação do fato foi positiva, como relata o torcedor 04.

> "Eu acompanho muito os esportes pela Itatiaia[60]. Surgiu a possibilidade, era final de 2012 se não me engano. Essa possibilidade do Ipatinga (FC) ir para Betim. Aí pensei: se vier seria bom." (T4)

O clube, quando chegou à cidade, ficou hospedado em um hotel alocado dentro de um clube, o qual contava em suas instalações com um campo de futebol com medidas não oficiais e com o gramado em condições razoáveis e alguns equipamentos necessários para o treinamento inicial, como academia, ginásio coberto, piscina e refeitório. Era uma estrutura improvisada e que não atenderia ao clube ao longo prazo.

Alguns treinos foram realizados em campos da cidade e região, visando aproximar as condições de treino das condições ideais, como campos nas dimensões oficiais e gramados adequados e em boas condições[61]. Jogos amistosos

[60] Rádio Itatiaia é uma emissora que transmite seu sinal para o estado de Minas Gerais. Tem uma programação esportiva voltada principalmente para a cobertura do futebol.

[61] Disponível em: <http://www.otempo.com.br/o-tempo-betim/betim-esporte-clube-inicia-temporada-no-reuminas-1.17193> Acesso em: 02 fev.2015.

foram realizados como preparação para as competições que o clube disputaria em 2013, com seu novo nome[62]. Além disso, podemos pensar essa expedição como necessária para um início de exploração na cidade. Era preciso conhecer os campos, os bairros, as pessoas, ver e ser visto[63].

Mais tarde, já com o Campeonato Mineiro do Módulo II em andamento, o clube mudou seu local de treinamento para um clube que tinha certa exclusividade e instalações mais reservadas e adequadas para a realização de suas atividades. Na época, a boa campanha realizada pelo clube foi associada a essa mudança de local[64].

Três torcedores relataram que acompanhavam o Betim EC nos treinamentos realizados no centro de treinamento que o clube utilizava. Essa relação dos torcedores foi esclarecida em razão da proximidade de suas moradias com o centro de treinamento do clube e pela curiosidade diante da chegada de um atleta mais conhecido pelos torcedores.

> "Todo mundo lá conhecia o Somália do Fluminense, porque a mídia colocava o cara no patamar dos jogadores de cima. E o Somália lá, machucado, e todo mundo, uma massa lá fora, querendo ver quem? Somália! Nem jogando estava, mas queriam ver ele. Então, quando a gente chegava lá no centro de treinamento, o jogador estava lá, fazendo atividade de fisioterapia, o jogador tinha acabado de treinar, mas todo mundo queria tirar foto com o Somália". (T1)

O relato do torcedor 01 chama a atenção na medida em que faz pensar sobre a importância que a sociedade atribui ao futebol, no sentido de que os jogadores bem-sucedidos tornam-se ídolos e servem de espelho para os jovens. Enquanto praticantes, querem repetir seus gestos, modismos, cortes de cabelo, jogam nas mesmas posições e, até mesmo, definem seu clube de coração.

> A presença do ídolo no futebol pode transcender o clube. Em alguns casos o jogador torna-se mais importante que o clube. Isso acontece

[62] Disponível em: <http://www.otempo.com.br/o-tempo-betim/betim-encara-primeiro-teste-do-ano-1.17186> Acesso em: 02 fev.2015.
[63] Esse e outros relatos ao longo do texto fazem parte das anotações do caderno de campo do pesquisador durante as incursões e primeiros contatos com a equipe no ano de 2013.
[64] Disponível em: < http://www.otempo.com.br/o-tempo-betim/betim-vence-terceiro-jogo-seguido-e-assume-a-ponta-1.17155> Acesso em: 02 fev.2015.

> quando os torcedores vão aos jogos motivados não somente para ver o seu time jogar, mas também para ver o ídolo. Sua capacidade de mobilização é imensurável, percebida no som uníssono que sai das arquibancadas. O ídolo desempenha um papel importante na aproximação do clube com o torcedor. É ele quem faz o elo, quem aproxima a massa do espetáculo. Entre as formas que podem assumir essa aproximação uma delas é a idolatria (GIGLIO, 2007, P.129).

A aproximação dos torcedores com o clube e a construção de uma relação afetiva pode ser realizada por meio da própria relação com os atletas. Jogadores carismáticos tendem a atrair mais público. A presença nos locais de treinamento tanto podem aproximar, proporcionando incentivo aos jogadores, quanto podem ser um fator de pressão nos atletas e técnicos.

O filme *Boleiros – era uma vez o futebol* (1998), de Ugo Giorgetti, conta a história ficcional de Caco, jogador do Corinthians, que está lesionado e sofre pressão dos membros da torcida organizada para acelerar sua recuperação. Os torcedores pressionam também a comissão técnica e o médico do clube para que seu ídolo possa retornar aos gramados. O curioso desfecho da história é a cura do jogador por Vavá, pai de santo da periferia, que o cura da lesão.

A presença de torcedores nos treinos dos clubes de futebol é noticiada pela imprensa especializada e ocupa parte importante nas manchetes. Apoiando ou protestando, esse relacionamento faz parte do futebol em escala bem maior do que em outras modalidades esportivas[65].

> “O futebol deixou de ser aquela coisa de emoção, ele é muito científico. O ’cara‘ sabe onde pode ir. Então, como você tem uma visão aqui de fora de senso comum, até eu mesmo não tenho essa visão científica propriamente não qualificada na área, para desenvolver aquelas atividades. Eu olhava para determinada situação e dizia: “poxa”, é injusto o que o treinador está fazendo. Fulano treina melhor que o ciclano, mas é na visão da gente, no senso comum, porque o treinador já é treinado para esse tipo de visão. Ele vê o que é melhor para o jogador, o que é melhor para o coletivo. Então, às vezes é isso, eu ficava imaginando, cobrando um coisa que eu não tinha conhecimento específico”. (T1)

[65] Manchetes em que é noticiado o apoio ao clube e também quando há protestos contra uma campanha ruim são comuns na imprensa esportiva. Alguns exemplos sobre essa relação tensa podem ser encontrados em: < http://www.lancenet.com.br/minuto/Organizada-Morumbi-protesto_0_1316268456.html> Acesso em: 01 maio2015.

A relação próxima entre torcedores e jogadores foi um fator que desencadeou um laço afetivo e gerou uma proximidade ainda maior com o clube, até nos momentos de dificuldade.

> “A gente tinha seis ou sete jogadores que tínhamos um relacionamento bom, chegaram a ir a nossa casa, a gente ir a casa deles também. Fazíamos churrasquinho e eles passavam lá pra dar uma força, cumprimentar a gente. Tinha uma relação boa com todo mundo ali. Todo mundo de Betim gostava de estar com a torcida e a torcida gostava de estar com o Betim.” (T6)

O torcedor 03 relatou que fez amizade com os jogadores e, por vezes, cortava o cabelo de um ou outro *fiado*, durante o período em que os atletas ficaram com os salários atrasados. Ele acrescentou que os jogadores treinavam do lado de sua casa e sempre cortavam cabelo com ele e, assim, ele tinha uma simpatia por eles. Ainda mantém contato com alguns jogadores, realizando churrascos e eventos sociais em sua casa.

A ideia incidental de aproximação, de personificação do jogador de futebol parece que proporcionou, de forma direta ao clube, todo o incentivo de que ele precisava por meio do bom relacionamento que se firmou entre jogadores e torcedores.

A espetacularização promovida pela mídia tem transformado o futebol que é encarado como espetáculo, tendo os grandes astros como referências dos clubes e seleções e passam a ser vistos como ídolos e heróis e, até mesmo, como deuses (GIGLIO, 2007).

Como a cidade não tinha um estádio em condições aprovadas pela FMF para a realização de partidas oficiais, os jogos do Betim EC foram realizados em estádios das cidades vizinhas. Nova Serrana está localizada a noventa e cinco quilômetros e Sete Lagoas a oitenta e cinco quilômetros de distância de Betim, um trajeto relativamente pequeno se realizado esporadicamente, mas se considerarmos semanalmente, esse deslocamento representa, no mínimo, um acúmulo mensal de

mais de quatrocentos e cinquenta quilômetros por mês, se forem considerados três jogos mensais realizados em casa[66].

Essa dificuldade também foi vivenciada pelos torcedores dos clubes que gozam de maior torcida em Minas Gerais. Durante a reforma do Estádio Mineirão e do Independência, em Belo Horizonte, para atender a Copa do Mundo de 2014, os torcedores dos clubes da capital, Cruzeiro, Atlético e América, saíram de sua zona de conforto e tiveram que viajar, no mínimo, setenta quilômetros, para Sete Lagoas que é a cidade mais próxima, para verem seu clube jogar suas partidas como mandantes. Houve também partidas realizadas em Uberlândia, Ipatinga e em Varginha para completar a via sacra do torcedor mineiro que queria assistir aos jogos do seu clube.

Essa dificuldade é relatada pelo torcedor 04 que considerava um complicador ter que viajar sempre para assistir aos jogos do Betim EC.

> "É complicado ter um time na cidade e ele não jogar nela. A gente comentava que se fosse jogar aqui, teria dez, quinze mil pessoas tranquilamente. Era difícil sair daqui para Sete Lagoas, até mesmo Nova Serrana. A distância é longa e é cansativo sair de lá às sete horas da noite, pegar estrada, BR 'agarrada'." (T4)

Mesmo com as dificuldades impostas pela distância, os torcedores do Betim EC relataram que foram à maioria dos jogos, comparecendo frequentemente às partidas do clube realizadas em casa. Nos jogos fora de casa, a frequência era menor, mas os torcedores relataram terem ido a alguns jogos em que o clube era visitante.

> "Quando era viagem fora a gente acompanhava os jogos, todos os jogos dentro de Minas Gerais a gente acompanhava, fora também a gente conseguia ir. Fomos a Três Corações, a gente tinha uma boa convivência com o clube lá. Todos os jogos a gente fazia caravana, trinta, quarenta, cinquenta pessoas. Mas quando o jogo era muito longe, aí a gente colocava três carros para ir. Carro dividido, moto, mas a maioria dos jogos era de ônibus". (T6)

[66] Nos jogos do clube mandante, é comum falar que são os jogos em casa. Quando me referir a esse termo, considerar que os jogos foram realizados em Sete Lagoas ou em Nova Serrana.

> “Fui em todos os jogos do Módulo II. Da Série C em fui em dois jogos; fui a Três Corações, Governador Valadares, teve um jogo contra o Bangu lá. Os primeiros jogos eu fui com a delegação, teve um ou dois que fui com a torcida mesmo, fui acompanhando os torcedores”. (T4)

A rotina para acompanhar a equipe nos jogos merece destaque pelo ritual que era realizado pelos torcedores em todas as ocasiões. A preparação para assistir às partidas começou a fazer parte do cotidiano esportivo dessas pessoas que se encontravam principalmente nos finais de semana e se organizavam em caravanas para viajar com o time.

> “Os jogos eram mais nos finais de semana. A gente se concentrava próximo onde o time concentrava também, tinha um ou dois ônibus à disposição, então a gente tinha uma galera. A gente fazia uma festa, vinha aqui antes e partia para o jogo. O trajeto era um pouco distante, uma hora de distância onde a gente se encontrava, ia muitos amigos, e ia fazendo uma festinha dentro do ônibus até chegar ao estádio.” (T2)

O torcedor 03 relatou que o torcer pelo Betim EC envolvia toda a família: mulheres, filhos, amigos. A cada jogo saíam pelo menos dois ônibus para os jogos. Organizavam-se para levar bebidas e alimentos que eram consumidos no trajeto até o estádio. Uma observação interessante do torcedor é que, com o passar do tempo e o conhecimento dos administradores do estádio, os bares em Nova Serrana foram reabertos devido à certeza de um fluxo de torcedores constantes e fiéis do Betim EC, o que antes não acontecia por não haver um público significativo no estádio nos demais jogos.

Mesmo com o relato de que toda a família era envolvida nos jogos, não foram encontradas mulheres torcedoras do Betim FC dispostas a participar desta pesquisa. Apesar do contato realizado para a entrevista, uma torcedora desmarcou e não foi possível incluir o relato feminino no trabalho, o que pode ser considerado uma limitação do estudo.

Sobre mulheres torcedoras no futebol, Campos (2010), em sua dissertação investigou o perfil sociológico das mulheres torcedoras da equipe de futebol do Cruzeiro Esporte Clube, presentes no Estádio Mineirão, em Belo

Horizonte, e a relação estabelecida por elas com o Clube e com o estádio por meio da aplicação de formulários e entrevistas semiestruturadas. Os dados apontaram que esse grupo social é formado por um elevado número de mulheres que adotam a ida ao estádio como uma opção de lazer. Para a pesquisadora, ao adotar como referência a forma de torcer masculina, as mulheres acabam reforçando uma visão unívoca do que é ser uma torcedora dificultando a sua apropriação e inserção legítima nesse espaço e desconsiderando que existem várias formas de torcer e de manifestar o pertencimento clubístico.

A entrada dos jogadores em campo com os mascotes, geralmente crianças que entram de mãos dadas com os atletas, é uma forma de aproximação com os torcedores, sócios do clube e membros da comunidade. O torcedor 03 relata que, mesmo com a desorganização dos dirigentes e membros da organização do estádio, tentavam organizar a torcida e a entrada dos jogadores em campo.

O torcedor 06 era membro da diretoria da torcida organizada *Loucos do Alambrado*[67] que, conforme seu relato foi fundada por um grupo de amigos, no momento em que ficaram sabendo que o clube se mudaria para Betim. O objetivo, segundo ele, era divulgar o nome da cidade e do clube para valorizá-los. Seu relato é interessante quando ele afirma que a torcida era composta por torcedores organizados de outros clubes e que já participavam de torcida organizada há mais tempo e tinham muitos anos de torcida organizada.

Se pensarmos que há uma identificação com o clube, o que leva os torcedores a produzirem valor ritual para os componentes da TO, o próprio clube, seu escudo, sua bandeira, seus símbolos, as cores, as camisas dos jogadores que passam a representar, não só o clube, mas também os próprios torcedores que se identificam com eles e os tratam como sagrados (CÉSAR, 1982).

A produção de símbolos e a criação de uniformes pela torcida organizada *Loucos do Alambrado* era sua marca registrada pela qual se identificavam e se distinguiam perante os demais torcedores (figuras 6 e 7).

[67] A TO denominada *Loucos do Alambrado* foi criada por torcedores da própria cidade de Betim e região, assim que houve o anúncio da chegada de um novo clube na cidade. Em sua página em uma rede social, disponibilizavam de informações sobre os jogos, como horários das partidas, as principais movimentações da torcida, horários de saída das caravanas para assistir aos jogos nas cidades em que era mandante. Navegando pela página, é interessante perceber a mobilização dos torcedores em prol da equipe, e podem ser vistos uniformes como camisetas, agasalhos, calças, bandeiras, faixas, instrumentos musicais, todos com os símbolos do Betim EC e da TO. Disponível em: < https://www.facebook.com/pages/Torcida-Organizada-Loucos-Do-Alambrado/469050149820334?fref=ts> Acesso em: 02 fev.2015.

> “Não tem nada melhor que uma torcida que motiva o clube, que está ali perto do alambrado. Aquele jeito louco de torcer mesmo. Aí a gente criou a Loucos do Alambrado, fica ali, na parte do estádio perto do gol, perto do alambrado mesmo. A gente confeccionou muitas camisas de modelos diferentes, tinha camisa infantil, a gente tinha patrimônio de bandeiras, três faixas, uma de quarenta, uma de trinta e uma de vinte metros, bateria completa com mais de vinte instrumentos pra dar aquela agitação. Tudo com nosso nome e o símbolo do coringa, que representava a Loucos do Alambrado”. (T6)

Figura 6 -Faixa da TO Loucos do alambrado em jogo

Fonte - Página oficial da TO.

Figura 7 - Os símbolos da torcida e sua organização nos jogos

Fonte - Página oficial da TO.

Segundo César (1982) que, em seu estudo, pesquisou sobre a torcida organizada Gaviões da Fiel, o símbolo é entendido como algo que tem significado, valor social e ritual, tornando-se, para os torcedores organizados, algo sagrado. É somente por meio dos seus símbolos que eles se identificam entre si em um objetivo comum.

É importante ressaltar que, em um período curto de tempo, apenas 11 meses, um clube de futebol possa ter produzido tanto significado para os torcedores a ponto da criação de uma torcida organizada. O torcedor 6 declarou que não existia qualquer vínculo do clube e a criação da TO.

Sobre os motivos que levaram os torcedores a acompanharem a equipe, as justificativas dos torcedores baseiam-se principalmente na oportunidade de ter um clube na cidade para torcer, uma forma de representar a cidade e de distinção dos demais torcedores. O torcedor 2 relata que começou a torcer pelo cube pela proximidade desse com seu local de moradia, associado ao nome do município.

“Porque se alojou bem no nosso bairro, o alojamento era no nosso bairro e a gente teve interesse também pelo nome, porque estava levando o nome da cidade, que sempre foi carente de um time de futebol.” (T2)

> “Eu comecei a acompanhar o time porque o município de Betim não tinha nenhuma atividade esportiva que representava o município de uma forma adequada. Temos o time de vôlei que é o SADA Betim, mas a modalidade esportiva do futebol nós não tínhamos, a paixão nossa é o futebol.” (T1)

> “Era uma maneira de divulgar todos os trabalhos que são realizados no município, você consegue divulgar através das mídias hoje, os meios de comunicação, você consegue divulgar os espaços históricos, as atividades sociais que são desenvolvidas, no município. Então, a ideia era que o Betim diante da força da mídia, poderia então estar divulgando essas modalidades do município nos meios de comunicação.” (T1)

Sobre o torcer por um clube com sede na sua cidade e, mais do que isso, carrega seu nome e o representa nas competições esportivas, o estudo de Silva (2011) aprofunda o sentido que o universo do futebol exerce na produção de significados, demonstrando que o bairro constitui-se em um dos fatores fundamentais para formar a identidade do torcedor, como relata o torcedor 02.

O futebol profissional como uma opção de lazer, às vezes, se confunde na opinião de alguns torcedores como uma obrigação que deve ser do poder público fomentar. O torcedor 05 é a favor de um investimento público no futebol como forma de investimento em políticas públicas de lazer para a população da cidade, pelo menos, até o clube se estabelecer na elite do futebol e, até mesmo, na construção de um equipamento esportivo como um estádio de futebol.

> “Seria o investimento da própria prefeitura na própria população da cidade. É um lazer que ela vai estar gerando. Tem um custo, sim, mas não vai tirar essa verba de outras áreas, mas direcionar uma verba específica, uma ajuda pra esses clubes. Por que não é um investimento só no clube, seria um investimento também na população, seria um lazer pra população num futuro

> próximo. Construção de estádio... tem o local, tem promessa, mas nada de concreto". (T5)

Os torcedores 01, 02, 03 e 04 concordam com o financiamento público ao futebol, mas com uma fiscalização rigorosa e com a contrapartida de inserir os jovens da comunidade nos programas esportivos do município, "*para tirar os jovens da rua".*

> "Supondo que a prefeitura invista num clube, dando uma chance de categoria de base, invista no bairro, dê oportunidade às pessoas que moram nesse bairro, às crianças que moram nesse bairro de poder atuar e que sabe um dia poder ser tornar um jogador de futebol desse clube, seria interessante. Agora se ela nada fizer e apenas patrocinar o time, aí ela está tirando a arrecadação da cidade pra investir num time que não vai trazer nada pra cidade". (T2)

É da cultura política brasileira as praticas competitivas e seletivas assumirem com naturalidade a centralidade no conjunto das ações. Essa retórica *salvacionista* que confere um lado funcionalista ao esporte e ao lazer é um discurso generalizado e disseminado à população em geral mirando, no esporte profissional e de alto nível, a base para a construção de cidadãos plenos, conferindo-lhes uma tônica disciplinar e moralizadora (LINHALES et al., 2008).

O torcedor 06 diverge da posição dos demais com relação ao financiamento do futebol pelas prefeituras. Segundo sua opinião, os clubes devem se sustentar e andar com as próprias pernas.

> "Eu acho que política não tem que se envolver com futebol. Política pode ser envolvida na área de esporte e lazer, mas aí já é outra coisa, já é futebol profissional. O clube tem que caminhar com as próprias pernas. Se o clube é profissional, não tem essa de prefeitura apoiar. A prefeitura tem que apoiar aqueles clubes que estão na várzea, crianças, escola de futebol de crianças. Clube profissional não tem que ter ajuda de prefeitura, tem que caminhar com as próprias pernas". (T6)

O apoio da prefeitura ao torcedor foi oferecido na forma de transporte para os jogos. Os torcedores relataram que quem fornecia o transporte era a Secretaria de Esportes da Prefeitura de Betim

O futebol foi declarado como uma opção de lazer pelos entrevistados. Os relatos foram que a cidade de Betim tem poucas opções de lazer em sua estrutura, poucos parques públicos, poucas praças, ou seja, uma estrutura de lazer insuficiente que o futebol passou a preencher principalmente nos finais de semana. O torcedor 02 é enfático.

> “A cidade de Betim está muito carente, a gente não tem lazer, então agente se uniu muito, amigos, família, em prol de uma forma de lazer no geral. Em questão de grandeza de um time para Betim, eu acho que é até menos importante, a gente sente falta de um time. Se ele é da Série A, B, C ou D, o importante era ter um time aqui na cidade pra gente poder acompanhá-lo”. (T2)

O lazer constitui um dos direitos sociais promulgados pela Constituição Brasileira de 1988. Isso implica a garantia de o cidadão ter acesso às oportunidades disponíveis nos tempos e espaços que se expressam nas manifestações culturais, como as vivências de lazer no universo do futebol, devendo ser respeitado o conjunto das autonomias, escolhas individuais e as participações coletivas no torcer.

De acordo com Gomes (2004, p. 125), o lazer é entendido

> [...] como uma dimensão da cultura constituída por meio da vivência lúdica de manifestações culturais em um tempo/espaço conquistado pelo sujeito ou grupo social, estabelecendo relações dialéticas com as necessidades, os deveres e as obrigações, especialmente com o trabalho produtivo.

A assistência a espetáculos esportivos é uma das formas mais praticadas de lazer no mundo segundo Reis (1998). Ir ao estádio representa um espaço de sociabilidade entre as pessoas conforme relato dos torcedores 4 e 6.

> “Ser torcedor, ir ao estádio, sair com os amigos para acompanhar os jogos, já mostra que você faz algo diferente. Hoje em dia tem televisão, que você pode acompanha o jogo, mas o estádio é diferente, a locomoção, o momento de encontrar com todo mundo, acompanhar o esporte. Isso é que é o diferencial, é o

> lazer, fora o que a gente já tem. Betim tem cinema, não tem teatro, não tem muito lugar pra sair à noite. O futebol seria uma boa alternativa". (T4)
>
> "No final de semana a família ir ao estádio, isso aí é a melhor coisa do mundo. O pai levar o filho pro estádio, namorado e namorada ir pro estádio, isso aí é proporção de lazer para milhares de pessoas. Então, futebol é lazer, futebol é alegria". (T6)

4.3 O torcer após a saída do clube da cidade

O retorno do clube tornou-se uma realidade ainda em 2013. Quando foi anunciada a saída de Betim e o retorno à cidade natal, o clube já não disputava nenhuma competição. Os torcedores foram pegos de surpresa e externaram seu desapontamento diante da situação vivenciada por eles.

> "Foi um desastre, na minha visão, o time ter voltado. Faltou a participação efetiva dos órgãos públicos, faltou a participação de alguns empresários também dentro do município de Betim, porque a sociedade abraçou o Betim (FC), mas as pessoas que precisam fazer o Betim se configurar no cenário, não abraçaram a causa. Não sei se foi pela ideia de ciúme, ou se não fazia aquilo que retratava a realidade, então, faltou o poder público também, de uma forma direta participar". (T1)
>
> "Foi uma decepção muito grande, a gente estava querendo montar uma torcida, pra gente acompanhar o time, talvez até fora da cidade e por causa de uma não conquista, o time ter voltado para a cidade de Ipatinga". (T2)
>
> "Uai, a gente ficou na mão, né? Estava todo mundo empolgado, gritando: Betim, Betim, aí o time voltou pra lá e nos deixou órfãos. A única coisa que nós poderíamos fazer é ficar triste. Todo mundo estava feliz com o time e de uma hora para outra vem uma notícia dessa". (T3)
>
> "Eu fiquei frustrado com essa notícia, com essa situação. Estava tudo caminhando para ele continuar. Surgiram até vereadores para buscar verbas pra construir estádio. A torcida organizada que só aumentava, ela começou com

> três integrantes e nos últimos jogos tinha um ônibus para ela acompanhar os jogos. A tendência era só crescer, mas quando anunciou essa saída, da própria prefeitura, eu fiquei muito triste, eu esperava que continuasse aqui". (T4)

Alguns torcedores continuaram acompanhando as notícias do clube quando ele retornou para Ipatinga.

> "Ele criou uma ligação muito forte com o time apesar dos problemas financeiros, mas se tornou um time que eu acompanho. Eu sei que ele hoje está no Módulo II, mas está brigando pelos acesso. Eu não deixei de acompanhar. Fiquei com ele até na briga para a Série C e depois da punição, sendo rebaixado para a Série D. Então, essa ligação não acabou, ela continua e eu tenho essa simpatia pelo time. Torço pelo torcedor de Ipatinga, apesar de não morar lá, mas no período em que ele esteve em Betim, criou uma ligação muito forte não só comigo, mas com muitos torcedores daqui". (T4)

Sobre a criação do Futebol Clube Betinense, a desconfiança é uma atitude recorrente. Os torcedores não declararam muito entusiasmo ao relatarem sua opinião sobre a criação do novo clube.

> "O (FC) Betinense veio pra tentar ocupar o lugar do Betim (EC), estava tentando conquistar, mas não conseguiu. Muita gente ficou chateada com a volta do time. Eu acho que não deu certo isso, foi mais uma jogada. O Betim (EC) foi embora, aí aparece uma nova equipe pra todos abraçarem a ideia. Mas os betinenses ficaram chateados. Foi legal eles tentarem criar uma nova equipe, mas parece que eles tentaram ficar na aba do Betim (EC) e eu acho que isso não foi legal". (T6)

Talvez essa iniciativa de se criar um clube na cidade, com a recente saída do Betim EC, tenha se dado em função da necessidade de estabelecer uma identidade com um time com raízes no próprio município.

Em linhas gerais, os torcedores depositaram suas fichas em um clube que já carregava uma história vivida em outra cidade. O clube já chegava com a carga de títulos e conquistas e, talvez, essa realidade tenha depositado nos torcedores

uma confiança na recuperação da equipe que já não vinha tendo resultados positivos nos últimos anos.

O clube chegou a cidade e, logo, se transferiu para a periferia, no bairro Teresópolis[68], onde historicamente existe a carência de vários serviços de maneira que seus moradores se sentem marginalizados por, além de estarem localizados longe da região central do município, guardam o estereótipo de um bairro marcado pela violência e por outras mazelas que lhes são atribuídas.

Apesar da receptividade, os torcedores avaliam a iniciativa do clube como mal planejada. Nem sempre os jogos em casa aconteciam aos finais de semana. Pelo calendário de determinadas competições havia jogos no meio da semana, o que dificultava a ida dos torcedores ao estádio. Nesse caso, a justificativa da ausência de títulos é suplantada pela ausência de estádio. O torcedor 06 faz uma consideração interessante a esse respeito.

> "se tivesse um estádio seria muito mais fácil. Se fosse tudo planejadinho e o Betim (EC) tivesse vindo pra cá com estádio pronto, o time estava aí, deslanchando nas alturas." (T6)

A possibilidade de ter um estádio de futebol, na visão dos torcedores, pode representar uma significativa opção de lazer. As necessidades de lazer de uma população são aquelas que os sujeitos elegem como importantes para eles próprios e para seu grupo. Nesse sentido, as entrevistas dos gestores municipais e do gestor do clube podem ajudar a entender os motivos que fizeram o clube migrar de cidade e alterar sua relação com os torcedores.

[68] O Jardim Teresópolis, em Betim, é o maior aglomerado do estado de Minas Gerais. Em 2010, sua população era de 23.107 habitantes. Devido à instalação da fábrica da FIAT, em 1976, o bairro teve o início de sua explosão habitacional nas décadas de 1980 e 1990. Disponível em: <http://www.betim.mg.gov.br/home/41822%3B66975%3B03%3B0%3B0.asp>Acesso em: 12 mar.2015.

5 COMPREENDENDO O PROCESSO MIGRATÓRIO: ANÁLISE DAS ENTREVISTAS DOS GESTORES MUNICIPAIS E DO GESTOR DO CLUBE

Este capítulo se inicia com uma breve discussão em relação ao processo migratório no futebol e o estabelecimento de um marco territorial para a compreensão do fenômeno. Em seguida, apresento um breve perfil dos entrevistados e, posteriormente, em um terceiro item, abordo as entrevistas dos gestores municipais e do clube sob a ótica da análise de conteúdo proposta por Bardin (2011).

5.1 Um território em disputa

O espaço social constituído pelo torcedor no futebol é mediado pelo estabelecimento e delimitação do território e suas dinâmicas, modeladas pelas relações sociais exercidas intrinsecamente por seus membros e mediadas pelos conflitos com as torcidas rivais ou oponentes. No campo simbólico do torcer, as relações variam conforme a subjetividade e a importância conferida ao ritual futebolístico vivenciado por elas.

No campo físico, as torcidas estão sempre em disputa por um território que confere ao jogo a representatividade e a possibilidade de controlar o espaço, fazendo uso de símbolos, gestos e ações intencionais, se organizando no espaço e promovendo sentido ao lugar.

Para Haesbaert (2011), o conceito maior de território derivado de espaço, é o produto da apropriação de um determinado segmento do espaço por certo grupo social, estabelecendo-se relações políticas de controle, afetivas, identitárias e de pertencimento. O mundo atual é recoberto por territórios sobrepostos parcialmente ou totalmente, contínuos ou descontínuos, permanentes ou temporários. Essa dinâmica, em que se apresenta o território, o conduz a pluralidade e representa um elemento essencial para a vida social.

Em consonância com a ideia de Haesbaert (2011), no caso do futebol, a (re)territorialização configura-se num processo contínuo e dinâmico, dadas as novas

possibilidades econômicas e geográficas que se estabelecem atualmente, no sentido de encurtamento do espaço-tempo, diminuição das fronteiras, possibilidade de deslocamento em grandes distâncias físicas em um curto período de tempo e o rompimento das barreiras virtuais em função do processo de globalização.

O futebol pode ser considerado um esporte multiterritorial, pois apresenta uma enorme capacidade de agregar novos territórios, por meio de sua crescente e atual política de capitalização que acontece sobretudo nos grandes clubes da Europa.

Sobre os processos migratórios, as discussões de Marandola Jr. e Dal Gallo (2010) concentram-se em torno da compreensão da espacialidade do ser humano.

> Migração e mobilidade são fenômenos constituintes da experiência contemporânea. Estar no mundo, hoje, é conviver com a mobilidade e a migração, e todas suas implicações. Do ponto de vista existencial, esta é uma experiência desconcertante, em que as referências espaciais e socioculturais são reconstituídas, num processo que envolve e atinge o próprio cerne da autoidentidade: a segurança existencial (MARANDOLA JR. E DAL GALLO, 2010, p.407).

O foco de discussão abarca a migração de clubes de futebol, uma entidade que é símbolo da representação social de um grupo específico de sujeitos que, no caso do futebol do interior, demarca o sentimento de pertencimento territorial da comunidade do Vale do Aço *versus* a possibilidade de gerar um laço afetivo com um grupo social de uma cidade pertencente a uma região metropolitana, que se apresenta bem distinta sob diversos aspectos, incluindo o político, econômico, social e territorial.

Frente ao contorno que se desenhou neste estudo, de mudança de sede do Ipatinga FC para a cidade de Betim, constituindo um *novo* clube, o Betim EC, e, posteriormente, o retorno do clube às suas origens, a discussão das causas do processo de migração dos clubes de futebol analisados traz contornos que merecem ser analisados e discutidos.

Para isso, resolvi entrevistar um gestor do clube e os gestores municipais da Secretaria responsável pelo gerenciamento do esporte e lazer nas cidades pesquisadas, com o intuito de obter algumas respostas que pudessem nortear no conjunto de análises que compõem este estudo e estabelecer algumas relações com o fenômeno de migração dos clubes e o comportamento do torcedor.

Neste caso, entrevistei um gestor do clube[69] que vivenciou as situações contempladas por esta pesquisa: já trabalhava no clube anteriormente, deslocou-se junto com o clube para a cidade de Betim e, atualmente, em Ipatinga, continua exercendo sua função de diretor de futebol. Assim, foi possível extrair da sua fala mensagens importantes e que contribuem para a aquisição de elementos importantes para entender o processo por parte do clube de futebol e suas intencionalidades. Quanto aos gestores municipais, ambos estavam à frente das pastas que compunham o quadro público durante o período estudado.

As categorias de análise que elenquei são: contexto da saída do clube de Ipatinga e a escolha de Betim como sede, a administração do clube e a percepção nas relações entre clubes de futebol e prefeituras, a relação com a torcida e o retorno para Ipatinga.

Esses elementos constituíram os eixos de análise que nortearam as discussões em torno da migração do clube e as interseções com o torcedor, a partir dos conteúdos das entrevistas dos gestores.

5.2 Identificação dos gestores

A descrição dos sujeitos da pesquisa levou em consideração a enunciação do próprio entrevistado sobre sua formação pessoal, idade e função que ocupa na instituição à qual está vinculado.

5.2.1 Gestor do clube: Ipatinga FC / Betim EC (GC)

Casado, 35 anos, ensino médio completo. Função no clube: diretor de futebol. Está no clube desde sua fundação e, durante a passagem pela cidade de Betim, permaneceu na função. A entrevista foi realizada em Ipatinga, no centro de treinamento do clube.

[69] Apesar de conseguir entrevistar somente um gestor de clube, é importante ressaltar que esse sujeito é um personagem-chave para o estudo, que permanece no clube desde a sua fundação, deslocou-se junto com o clube para a cidade de Betim e, atualmente, em Ipatinga, continua exercendo sua função de diretor de futebol.

5.2.2. Gestor municipal da cidade de Ipatinga (GMI)

Casado, 55 anos, tem formação superior em jornalismo. Secretário municipal de cultura, esporte e lazer. Ocupou outro cargo na mesma secretaria durante os anos de 1998 até 2004, época em que acompanhou o surgimento e ascensão do clube às divisões superiores do futebol.

5.2.3. Gestor municipal da cidade de Betim (GMB)

Empresário, casado, 50 anos, ensino médio completo e cursando o quarto período de direito. Ocupa o cargo de secretário municipal de esporte desde 2013. Esteve à frente do órgão durante a passagem do Betim EC pela cidade.

5.3. Contexto da saída do clube de Ipatinga e a escolha de Betim como sede

Essa primeira categoria, desenhada durante a análise, engloba desde a conjuntura econômica do clube na cidade de Ipatinga, a possibilidade levantada pelos dirigentes do clube, apontada como salvadora que seria a mudança para uma localidade que supriria as necessidades financeiras, até a concretização com a escolha da cidade de Betim como destino do clube e sua rápida passagem pela cidade.

No contexto da sobrevivência dos clubes do interior, para Proni e Zaia (2007), os clubes de menor torcida têm um potencial menor para concorrer com os de torcida expressiva, sobretudo diante do mercado consumidor que esses últimos apresentam.

Um estudo da Pluri Consultoria de 2013 aponta que um *verdadeiro massacre* de clubes pequenos está ocorrendo pelo Brasil afora. Segundo o estudo, de 2009 a 2013, o total de oitenta clubes se licenciaram das federações estaduais e das competições que disputavam, justamente por não conseguirem se manter na cadeia competitiva que sustenta o futebol.

Desse modo, a principal razão apontada pelo dirigente para a decisão de mudar para outra cidade foi a dificuldade de gerar receita para se manter um clube no interior do estado.

> “Na verdade, a dificuldade financeira de se manter um time no interior é muito grande, então o Ipatinga já vinha sofrendo há uns 3 anos antes de 2012, quando mudou, com relação a arrecadação de fundos, patrocínio, situação de posição financeira pra manter a equipe aqui. E aí, o presidente do momento entendeu que caminho seria procurar outra cidade que pudesse ter uma melhor estrutura econômica pra receber o Ipatinga. Fizemos uma pesquisa de mercado e indicou a cidade de Betim como uma cidade com potencial, principalmente, industrial econômico pra receber o time e, nós fomos pra lá, mas, infelizmente, não foi o que a gente esperava”. (GC)

Já, na visão do gestor municipal de Ipatinga, a crise financeira vivida pelo clube está relacionada às dificuldades administrativas e à gestão incorreta dos recursos e da imagem do clube. A reputação do clube tornou-se crítica e terminou por ser um fator essencial, gerando um desgaste no relacionamento com os empresários, torcedores e pessoas do meio esportivo.

> “A parte administrativa do clube, ela não acompanhou o sucesso e o progresso que teve dentro de campo. Administrativamente a diretoria que existia na época foi um desastre, endividou o clube numa situação que hoje o clube do Ipatinga não tem assim valores, mas eu ouvi do diretor de futebol hoje, ... nós fizemos uma reunião aqui pra tratar do jogo de quarta-feira próximo, Ipatinga e Social, e ele falou aqui, todo mundo escutou que o Ipatinga tem só de dívidas trabalhistas, já dívidas fundadas, transitadas e julgadas na justiça, cerca de treze milhões de reais. Então é muito para um clube tão jovem. Então o Ipatinga foi passando, foi passando e aí, quando chegou em ..... enfim, pegou fama na cidade de mau pagador, de caloteiro, de que não cumpria com os compromissos, atletas, treinadores que vinham aqui pra trabalhar no clube, saíam daqui falando mal, enfim, ganhou fama em o Brasil, em todo o meio futebolístico, de um clube que não era bem administrado e, essa coisa foi se multiplicando até que a administração anterior começou a ter problemas também de desajuste administrativo”. (GMI)

Para Iasbeck (2007), a reputação relaciona-se com a opinião dos outros, e a imagem está relacionada à satisfação dos outros. A percepção da situação vivenciada pelo clube de futebol pode ser estabelecida por um paralelo realizado pela fala dos gestores em que a crise vivida pelo Ipatinga FC foi amplificada pelo poder de propagação das informações negativas (sendo elas verídicas ou não), o que comprometeu sua imagem nos ambientes esportivo, corporativo e administrativo.

É possível afirmar, baseado em Castilho e Mian (2013), que, no contexto contemporâneo, o advento das novas tecnologias de comunicação e informação e a velocidade gerada pela imprensa e, até mesmo, pela certa autonomia que as mídias sociais têm de deflagrar informações, a difusão e a exposição da marca precisam ser monitoradas, até porque qualquer informação negativa se propagará com grande velocidade na internet.

Sobre a possibilidade de saída do clube da cidade, o diretor de futebol aponta que já havia certo interesse e o que ele chamou de *namoro* com a cidade de Betim e relata que mantinha conversas prévias com representantes da cidade de Betim há algum tempo, provavelmente diante da situação financeira em que se encontrava o clube. Em uma fala do dirigente cabe uma observação: as negociações e um suposto acordo com a cidade de Betim ocorreram antes da definição das eleições para prefeito ocorridas no ano de 2012, quando o prefeito eleito ainda não havia vencido as eleições, tampouco assumido seu mandato.

Assim, mesmo que tenha havido um acordo verbal entre as partes, o prefeito obviamente não havia tomado posse e, consequentemente, não tinha o devido conhecimento do cenário econômico do município. Tal fato pode ter sido decisivo para que as promessas de apoio irrestrito ao clube não tenham se concretizado.

> “Na verdade, assim, existia um namoro no caso do Ipatinga com a cidade de Betim há muito tempo. Existia um namoro, já, de uns 3, 4 anos e todo final de ano se especulava que o Ipatinga fosse mudar pra Betim. Então, no final de 2012, o presidente do momento fez um contato com o Prefeito de Betim ele manifestou, acenou a possibilidade sim, de ele receber o time e tal, gostou da ideia e, chegou a “apalavrar” um apoio irrestrito ao Ipatinga na cidade. Na verdade, fomos até acreditando muito nisso. E também, nas grandes empresas que tem estacionadas em Betim, a proximidade com a capital, a

> logística mas, logo que se iniciou o trabalho em Betim, nós vimos uma outra realidade". (GC)

O gestor de Betim, por outro lado, disse não haver evidência de acordos firmados entre a prefeitura e o clube.

> "Não é do meu conhecimento, a minha secretaria não tem nenhum documento efetivado, assinado, destinando que o Ipatinga viria para Betim e se tornaria Betim e ficaria aqui com o compromisso da prefeitura ter qualquer argumento nesse sentido de ser acolhido pela prefeitura, tendo em vista que o poder público não tem essa condição investir em um time diretamente profissional". (GMB)

Em meio a essa discussão, o gestor de Ipatinga apresenta sua opinião sobre a saída do clube da cidade.

> "Irresponsável, de maneira precipitada, decidiu ir embora quando melhor seria talvez o presidente ter, ao invés de transferir o clube, ter passado a gestão do clube pra outras pessoas e, enfim, ter se retirado de cena de uma outra maneira". (GMI)

O contexto político em que estava inserido o clube também apresentava uma situação crítica. No Brasil, a relação entre o futebol e a política tem ocupado um lugar de destaque, sendo o esporte utilizado por governos como uma estratégia de intervenção na sociedade brasileira (MEZZADRI, 2007). Para a orientação e discussão das políticas públicas de esporte e lazer, o futebol tem pautado e orientado as discussões do governo federal nos últimos anos ocupando um espaço central na agenda governamental (SANTOS, 2011).

O apoio político para o Ipatinga FC demonstrou ser, ao longo do tempo, fator primordial para o desenvolvimento de suas atividades e estreitamento de suas relações com a sociedade local. Como exemplo, em abril de 2005, o então prefeito municipal de Ipatinga, por meio do Decreto n. 5.285, de 18 de abril de 2005, decreta:

> Art. 1º Será facultativo aos servidores a freqüência às repartições públicas municipais nos dias 18 (dezoito) de abril de 2005, em virtude das comemorações pela conquista do título de campeão pelo Ipatinga Futebol Clube no Campeonato Mineiro de Futebol.

> Parágrafo único. O disposto neste Decreto não abrange as atividades vinculadas a serviços essenciais.

Outro exemplo da relação entre prefeitura e clube é exemplificado por mais um dispositivo, a Lei 2.439, de 17 de abril de 2008, no qual o então prefeito sanciona:

> Art. 1º Fica instituído e incluído no Calendário Oficial de eventos do Município de Ipatinga o Dia do Torcedor do Ipatinga Futebol Clube, a ser comemorado, anualmente, no dia 21 de maio.
> Art. 2º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Talvez, o estremecimento nas relações entre o presidente do clube e os próximos gestores municipais, narrado pelo gestor municipal, tenha provocado um certo desconforto na diretoria podendo ter sido determinante na tomada de decisão que culminou com a saída do clube da cidade.

> "Houve também um desgaste com a diretoria anterior porque durante o processo eleitoral, um pouco antes, o ex-presidente [Itair Machado] ocupou imprensa e outras vias, e deu declarações assim, bastante.... eu diria, infelizes, em relação ao grupo que hoje governa a cidade, o nosso grupo, fazendo críticas ao ex-prefeito Chico Ferramenta, à prefeita Cecília e, enfim, a nós todos, críticas injustas que eu qualifico". (GMI)

5.4 A administração do clube e a percepção nas relações entre clubes de futebol e prefeituras

Um tema que vem pautando as discussões sobre o futebol no Brasil há décadas é o da modernização e profissionalização da gestão, sempre com mais ou menos intensidade, dependendo de acontecimentos vivenciados, principalmente os negativos como, por exemplo, uma campanha ruim da seleção Brasileira em Copas do Mundo[70].

[70] Em declaração oficial, o Ministro do Esporte George Hilton, afirmou que "[...] o resultado de 7x1 contra a Alemanha na Copa do Mundo de 2014 foi um sinal de que alguma coisa estava errada no futebol brasileiro, e que a MP é um marco histórico". Disponível em: < http://www.brasil.gov.br/esporte/2015/03/dilma-assina-mp-que-permite-renegociacao-das-dividas-dos-clubes> Acesso em: 13 abr.2015.

Retomando esse tema[71], em janeiro de 2015, o veto presidencial ao artigo da medida provisória[72] que permitia o refinanciamento das dívidas dos clubes com a União, que seria estimada em de quatro bilhões de reais, sem contrapartidas, como o pagamento de multas, em caso de atraso de salário dos jogadores, veio juntamente com o pronunciamento da Presidente da República de que seria criado um grupo para discutir a modernização do futebol brasileiro[73].

Em março do mesmo ano, porém, houve a publicação da medida provisória (MP) número 671[74] que criou o Programa de Modernização da Gestão e de Responsabilidade Fiscal do Futebol Brasileiro (PROFUT), cujo objetivo seria promover a gestão transparente e democrática e o equilíbrio financeiro das entidades desportivas profissionais de futebol. A MP 671[75] permitia a renegociação da dívida dos clubes e o refinanciamento em até 240 meses, desde que os clubes atendam às exigências de contrapartida, tais como pagamento em dia das obrigações tributárias, trabalhistas e de imagem para todos os jogadores; publicar demonstrações contábeis padronizadas e auditadas; gastar, no máximo, 80% da receita bruta com o futebol e adotar um cronograma progressivo de redução dos déficits dentre outros[76].

Os trechos da entrevista a seguir reforçam o debate de que a saúde financeira dos clubes brasileiros é de responsabilidade de seus administradores. A Medida Provisória citada acima e o contexto em que foi promulgada colabora para o debate da responsabilidade de gerir uma instituição esportiva e cumprir os compromissos financeiros.

---

[71] Vide capítulo 1.

[72] Media Provisória n. 656, de, 07 de outubro de 2014. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/Mpv/mpv656.htm> Acesso em: 13/04/2015.

[73] Disponível em: <http://www.mg.superesportes.com.br/app/noticias/futebol/cruzeiro/1,10,1,168/2015/01/23/noticia_futebol_nacional,302056/governo-cria-grupo-para-planejar-mudancas-e-modernizacao-na-gestao-do-futebol-brasileiro.shtml> Acesso em : 13 abr.2015.

[74] Medida Provisória n. 671/2015. Disponível em: <http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=1050558> Acesso em: 13 abr.2015.

[75] Disponível em: <http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra;jsessionid=8C181DD6AFC8487BBB3C1137B06C300C.proposicoesWeb2?codteor=1312733&filename=MPV+671/2015> Acesso em: 13 abr.2015.

[76] É importante ressaltar que a discussão acerca do tema da renegociação das dívidas dos clubes brasileiros, se apresentou dinâmica e durante a escrita dessa dissertação houve alterações importantes. A MP 671/2015 foi convertida na Lei N. 13.155, publicada em 04 de agosto de 2015. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/CCIVIL_03/_Ato2015-2018/2015/Lei/L13155.htm> Acesso em: 20 ago.2015.

> “O presidente do momento, vendo que a situação ficou muito complicada, até pra ele. O Ipatinga ficou 10 meses sem pagar salário em Betim e essa situação ficou muito difícil, pra ele também. Eu ainda tinha o artifício falando que alguém é que deveria pagar, eu não, era ele que tinha que pagar e tal. Então, eu acho que o sofrimento lá foi muito grande”. (GC)

> “A história do Ipatinga foi dolorida em Betim, até mesmo porque ela já vinha sendo em 2012 em Ipatinga. Então nós já fomos pra lá já carregando um carma, uma cruz e, chegando lá essa cruz mudou de tamanho, né, e eu fiquei praticamente sozinho tocando o time lá. O presidente do momento, vendo que a situação ficou muito complicada, até pra ele, o Ipatinga ficou 10 meses sem pagar salário em Betim e essa situação ficou muito difícil, pra ele também”. (GC)

Salários atrasados, compromissos financeiros protelados e não quitados não são privilégio de clubes considerados pequenos. Os grandes clubes brasileiros são os que têm as maiores dívidas com a União. Segundo um relatório produzido pela empresa de consultoria BDO, os 24 clubes brasileiros de maior torcida do Brasil tiveram uma evolução da sua dívida, entre 2009 e 2013, passando de R$ 2,88 bilhões, em 2009, para R$ 5,68 bilhões, em 2013, uma evolução de 98% ou R$ 2,8 bilhões[77].

Os salários atrasados ainda hoje são recorrentes nos clubes da primeira divisão do futebol brasileiro. É comum ver nos noticiários esportivos, manchetes sobre atrasos no pagamento dos salários e direitos de imagem dos jogadores e profissionais do futebol[78].

Apesar de relatar que havia sido realizada pesquisa de mercado para determinar a escolha do município de Betim como futura sede, outras providências concretas não foram tomadas para a busca de parcerias com o setor privado, sendo a cidade considerada uma referência metalúrgica, devido ao grande polo industrial instalado no seu território. Nesse sentido, o potencial para captação de recursos diretos das empresas pode não ter sido totalmente explorado.

---

[77] Disponível em: <http://www.bdobrazil.com.br/pt/PDFs/Estudos_Zipados/valor_das_marcas_2014.pdf> Acesso em: 13 mar.2015.

[78] Disponível em:<http://esporte.uol.com.br/futebol/ultimas-noticias/2015/03/18/clubes-atrasam-salarios-e-devem-milhoes-corinthians-e-caso-extremo.htm> Acesso em: 12 abr.2015.

Pode-se perceber, pela fala do dirigente do clube, que essa lacuna existiu e, no caso de um clube em busca de recursos financeiros como foi o caso do Betim EC, pode ter sido determinante para a sua sobrevivência na cidade.

> "Nós tínhamos possibilidade, portas abertas, principalmente com o grupo da FIAT, com a SADA, existia assim, o nosso interesse, existia de chegar e abranger esse espaço, mas não havia uma promessa direta de nenhuma empresa de Betim de ajudar a custear o Ipatinga". (GC)

Sobre a possibilidade de encontrar um ambiente favorável na cidade de Betim, o comentário do gestor municipal foi o seguinte.

> "A cidade não tem ainda a cultura de investir num time local e profissional que é de um alto custo." (GMB)

Ainda, sobre a administração, Proni e Zaia (2007) afirmam que a geração de receita no futebol atual é proveniente de três fontes principais que ele definiu como *match day,* que é a renda nos dias de jogos (venda de ingressos e comercialização de produtos nos dias de jogos); direitos de transmissão (pagos pelas emissoras de TV) e venda e exposição da sua marca (patrocínios, venda de produtos licenciados, *merchandising*). O autor destaca que os clubes mais ricos têm um potencial gerador de renda mais elaborado e, embora a modalidade tenha se transformado em esporte espetáculo e veiculado pelas mídias de massa, a estrutura dos clubes e a organização dos torneios tornaram-se cada vez mais desiguais.

Para pensar na desigualdade que há no futebol, basta recuperar a informação dos valores de direitos de transmissão que eram pagos aos clubes brasileiros, as chamadas cotas de televisão[79].

Concordando com Ribeiro (2012), a tensão que ocorre no futebol é fruto de uma desigualdade que já foi instituída e que se estabeleceu na mesma velocidade com que os clubes ganhavam títulos e difundiam sua torcida. Assim, seu poder mercadológico aumentou e a retroalimentação do sistema excludente é mantida.

[79] Vide capítulo 2.

> Assim, a desigualdade clubística entre estados da federação, que caracteriza o futebol brasileiro, não é única. Ao mesmo tempo em que há uma hierarquia tensa entre clubes de elite do futebol nacional, localizados sobretudo no eixo Rio de Janeiro e São Paulo, há também a tensão entre clubes grandes e pequenos, profissionais e amadores, nesses mesmos estados. Dito de outro modo, a hierarquia clubística é mais complexa do que a simples divisão entre regiões hegemônicas e as de menor expressão, como a análise política procura demonstrar. Reconhece-se a hegemonia esportiva de alguns clubes de futebol baseada em fatores como tamanho da torcida e obtenção de resultados esportivos expressivos – como a conquista do Campeonato Brasileiro ou a Copa Libertadores – que resulta na maior exposição do clube na mídia e, consequentemente, acesso mais fácil a patrocínios e ampliação do patrimônio do clube. Forma-se, portanto, uma circularidade, pois os clubes que obtêm maior patrocínio conseguem comprar ou manter os melhores atletas, com a decorrente possibilidade de conquistar os títulos mais valorizados no sistema (RIBEIRO, 2012 p. 347).

Sobre a participação do Ipatinga FC no Campeonato Brasileiro da Série A de 2007 e a desigualdade na distribuição dos recursos oriundos dos direitos de transmissão, suscitei a discussão do quão se apresenta desfavorável esse cenário. Levando-se em consideração o volume da torcida e o mercado consumidor potencial e gerador de recursos para consumir os produtos veiculados pela mídia que sustenta toda essa estrutura, os clubes menores, diante da concorrência financeira desleal, se veem obrigados a se equipar para tentar permanecer no patamar dos maiores recebedores de recursos.

Para se sustentar nesse nível, mesmo com recursos escassos, alguns clubes acabam por extrapolar o seu orçamento, principalmente na contratação de jogadores e, mesmo assim, não conseguem se estabelecer entre os considerados grandes. Como exemplo, nos últimos dez anos, os clubes menores, que conseguiram acesso à Serie A do Campeonato Brasileiro[80], não conseguiram permanecer por mais de três temporadas consecutivas na competição.

O quadro 1 exibe a classificação dos clubes à Série A, desde 2004, e o rebaixamento dos clubes a partir de 2005. Nele podemos verificar o acesso e a rápida permanência de alguns clubes na série principal, em meio à queda de um ou outro clube considerado de grande arrecadação, à Série B. Nesse caso, a permanência desse clube na série B também é passageira, não mais que uma temporada. Na coluna central, podemos ver em destaque os clubes que se

[80] Até 2005, somente o campeão e o vice-campeão da Série B conseguiam acesso à Série A do Campeonato Brasileiro. A partir de 2006, os quatro primeiros colocados ascendiam à Série principal, constituindo uma competição com vinte clubes, formato que atualmente é utilizado.

classificaram para a Série A e que retornaram à segunda divisão. A coluna à direita exibe também em destaque os clubes que foram rebaixados, e o período em que permaneceram na divisão principal pode ser acompanhado pela coluna da esquerda.

Quadro 1 - Clubes que conseguiram acesso à Série A do Campeonato Brasileiro, mas não permaneceram por mais de três temporadas consecutivas.

ANO	CLASSSIFICADOS À SÉRIE A	REBAIXADOS À SÉRIE B
2004	**Brasiliense** **Fortaleza**	
2005	Grêmio **Santa Cruz**	Coritiba Atlético Mineiro Paysandu **Brasiliense**
2006	Atletico Mineiro Sport **Nautico** **América de Natal**	Ponte Preta **Fortaleza** São Caetano **Santa Cruz**
2007	**Coritiba** **Ipatinga** **Portuguesa** Vitória	Corinthians Juventude Paraná **América de Natal**
2008	Corinthians **Santo André** **Avaí** **Grêmio Barueri**	Figueirense Vasco da Gama **Portuguesa** **Ipatinga**
2009	Vasco da Gama **Guarani** **Ceará** **Atlético Goianiense**	Coritiba **Santo André** Náutico Sport
2010	Coritiba **Figueirense** Bahia **América Mineiro**	Vitória **Guarani** Goiás **Grêmio Prudente**
2011	**Portuguesa** **Náutico** **Ponte Preta** **Sport**	Atlético Paranaense **Ceará** **América Mineiro** Avaí
2012	Goiás Criciuma Atlético Paranaense Vitória	**Sport** Palmeiras **Atlético Goianiense** Figueirense
2013	Palmeiras Chapecoense Sport Figueirense	**Portuguesa** Vasco da Gama Ponte Preta **Náutico**
2014	Joinville Ponte Preta Vasco Avaí	Vitória Bahia Botafogo **Criciúma**

Fonte - Elaborado pelo autor da dissertação.

Essa grande dificuldade de manutenção na *elite* do futebol é ressaltada pelo gestor do Ipatinga FC, quando este figurou pelo Campeonato da Série A em 2008, por meio do vice-campeonato da Série B em 2007.

> "Eu acho que essa divisão é mal feita justamente pra isso. Na série A do brasileiro, nos recebemos de cota de televisão 3 milhões e meio por ano. O outro clube, que recebia próximo da gente, recebia nove (milhões). Então, nós éramos o clube que ganhava menos no campeonato, e aí você vai ter que disputar a competição com esses caras. O cara tem um poder de fogo muito grande, o cara já lota o estádio, você não consegue fazer, porque é um time jovem. O cara já tem patrocínios 'bombados', muito maior do que você consegue arrecadar porque você não tem a mesma repercussão de mídia e visibilidade que o cara. Então, fica assim, uma luta de coelho com leão, essa é a grande verdade, um coelho querendo brigar com a raposa. Você tem que viajar como os caras, fazer o jogo que o cara faz, você tem que ter investimento diário de treinamentos que o cara faz, você tem ter uma folha de pagamento, que proporcionalmente a sua, é muito maior que a do cara. Se um time paga cinco milhões de reais de folha, e entra pra ele duzentos milhões por ano, aquele outro clube que paga quinhentos mil, mas só entra pra ele três milhões, ele está fadado ao insucesso, ele está fadado a fechar as portas. Mas eu acredito que o sistema é assim, o sistema é feito pra excluir os menores, pra excluir quem tem menos visibilidade, sabe, e é um sistema errado, eu acho que deveria ser feita uma aposta pra se criar outras vertentes, pra se criar outras vitrines no futebol, né! Esses clubes que vão chegando que vão criando isso". (GC)

Uma modalidade que vem ganhando espaço entre as formas de arrecadação em termos de venda de ingresso é a do sócio torcedor, reconhecido, inclusive, pelo Estatuto de Defesa do Torcedor (EDT)[81]. Um dos clubes pioneiros nessa modalidade foi o Sport Clube Internacional de Porto Alegre. Segundo Souza e Lubisco (2006), o clube gaúcho contratou um diretor específico para relacionamento com os sócios e, em 2006, o clube atingiu a marca de 40.000 sócios.

No trecho da entrevista a seguir, o gestor relata que o potencial de receita do clube poderia ser mais bem explorado em Ipatinga, durante a boa fase em que o

[81] O artigo 33 do EDT, item III estabelece o "[...] reconhecimento da figura do sócio torcedor, com direitos mais restritos que os dos demais sócios". Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2003/l10.671.htm> Acesso em:12 abr.2015.

clube vivia. Um quantitativo de seis mil sócios torcedores pode ser considerado bem razoável para um clube jovem do interior, porém não foi dada a devida importância ao programa, que poderia garantir uma fonte de renda importante, além do estreitamento do relacionamento com o torcedor.

> “O sócio torcedor foi criado justamente entre 2007, subindo pra Série A em 2008, nem foi em 2005, quando foi campeão. Foi criado em 2005, mas com menos intensidade. Em 2008, na série A cegou a ter 6000 sócio-torcedores. É bom, muito bom, você ganha a garantia ali do torcedor que vai estar no estádio, ou que não vai estar, mas que pagou o seu boleto, só que isso gera custo, você tem que cuidar do sistema, você tem que cuidar de uma programação e, o Ipatinga não tinha, pra te falar a verdade, não tinha, nem mão de obra pra isso. Nós não sabíamos como fazer isso, na verdade. Então, o Ipatinga criou uma situação, o time estava bem, então isso funcionava bem, depois o time começou a cair e a inadimplência vem também. O programa mal tocado, mal gerido, acaba ficando difícil você tocar ele, o que era lucro passa a ser prejuízo. Tinha torcedor que o cara não pagava e constava como ele recebeu, não é por má fé de ninguém, nós não tínhamos mesmo material humano pra se preocupar com o futebol ou pra se preocupar com todos os departamentos que tem um clube de futebol e, ainda, tocar isso. Faltou pra gente ter habilidade e sabedoria pra contratar uma empresa pra gerir isso, uma empresa terceirizada, que eu acho que acontece hoje com os grandes clubes. Um departamento de marketing a gente até tinha, mas que não tinha tal força”. (GC)

Durante a análise temática, que levou à associação em um mesmo eixo de análise a questão administrativa e as parcerias entre clubes e prefeituras, observei que a ajuda financeira proveniente do poder público, como é o caso das prefeituras, pode representar, pela fala do dirigente do clube, uma fonte de receita importante para a instituição, podendo levá-la a um equilíbrio financeiro. Desse modo, eis a fala de um gestor sobre as propostas de parceria relatadas pelo dirigente e não concretizadas pelo município.

> “Nós tínhamos uma conversa prévia entre o presidente do momento do Ipatinga e o Prefeito Carlaile. Essa conversa era uma conversa muito direcionada, era uma conversa assim, que só faltava o papel assinado, isso antes do time ir pra Betim, mas depois que o time foi, alegando

> dificuldades financeiras dificuldade econômica, a crise de momento, aí o Prefeito se esquivou do projeto e, nós ficamos lá, verdadeiramente sozinhos". (GC)

A relação entre o estado e o futebol é bastante antiga. No Brasil, durante o estado novo, o esporte, principalmente o futebol, foi usado como uma estratégia de governo, pela sua própria inserção e representatividade na sociedade brasileira, projetando nesse esporte uma estratégia de intervenção na sociedade. O início da construção dos próprios estádios de futebol pelas administrações municipais e estaduais data da década de 1950 e tinha o objetivo de reafirmar o desenvolvimento político de suas administrações (MEZADRI, 2007).

Para Linhales (2001), em relação às políticas públicas de esporte e lazer, a gestão pública assume um discurso que busca atualizar de maneira cíclica a justificativa do investimento de recursos aleatoriamente, reduzindo as ações à lógica e à exigência do mercado.

> Não seria sensato imaginar que os tradicionais "sistemas táticos" que barganhavam votos distribuindo jogos de camisa e construindo alambrados para campos de futebol sejam coisas do passado. Eles estão mais renovados do que nunca. Com frequência, assumem ares de modernização, quando a divulgação de ações relativas à gestão de políticas para o setor vem acompanhada de informações técnicas que reduzem a avaliação de tais ações aos cálculos da relação custo-benefício. Nesse movimento, as tentativas de superação dos problemas existentes no âmbito da gestão publica do esporte acabam se confundindo com processos de adequação / submissão do Estado à logica e às exigências do mercado (LINHALES, 2001, p.31).

Ainda, segundo Linhales (2001), existia o investimento das prefeituras com o pagamento de uniformes, arbitragem dos campeonatos de futebol, premiação para os campeões em uma estrutura que tinha o objetivo de obter vantagens eleitorais.

Hoje, em meio à discussão do investimento de recursos públicos no futebol profissional, a fiscalização da destinação das verbas públicas torna-se mais evidente e são mais difíceis para os clubes parcerias normatizadas por meio de leis com o poder público.

Sobre a relação financeira entre o poder público e o futebol, não encontrei nenhum estudo que trate do financiamento público do futebol no Brasil. As pesquisas realizadas em repositórios das principais universidades brasileiras, na

Biblioteca Nacional de Teses e Dissertações e nos anais e nas revistas do Colégio Brasileiro de Ciências do Esporte, não retornaram nenhum resultado. Acredito que, diante da realização de uma Copa do Mundo no Brasil, esse tema ganhe mais destaque a partir de agora.

Nesse sentido, há 10 anos, Veronez (2005) já fazia uma apreciação dessa área temática. “No universo acadêmico brasileiro, talvez não exista uma área de estudos tão pouco explorada por pesquisas científicas como a área do financiamento do esporte” (VERONEZ, 2005 p. 320). Concordando com Veronez (2005) e direcionando foco para o futebol, mesmo sem estudos científicos que possam comprovar a ideia, parece que há um discurso de que os recursos para o esporte são sempre limitados e, no caso do futebol, os clubes, principalmente os menores, tendem a depender do poder público para desenvolverem suas atividades.

Especificamente no futebol do interior, o discurso que se vê e se lê, principalmente nos jornais locais, é que *a prefeitura vai ajudar o time profissional*[82], e esse discurso é repetido e referendado por parte dos torcedores que querem ver o clube de sua cidade em evidência no mundo esportivo[83].

A fala do gestor do clube apresenta a visão de que a prefeitura não tem obrigação de investir dinheiro público em futebol profissional, somente no futebol de base. Contudo, ele acredita que a propaganda gerada para o clube o credencia a receber incentivos financeiros do poder público para divulgar o nome da cidade. Não foi relatado que retorno para cidade essa relação poderia gerar.

> “Olha, eu acho que a coisa tem dois lados, né? Eu não acho que o poder público tem que financiar clubes de futebol profissional, acho que o apoio irrestrito às categorias de base, aos projetos sociais que o futebol pode gerar, esse apoio, ele tem que existir, ele tem que acontecer, mas na minha opinião, o futebol profissional, ele precisa de facilidades das prefeituras, porque: um time como o Ipatinga, que aqui se chama Ipatinga e lá se chamava Betim, querendo ou não, ele não deve receber um dinheiro da prefeitura simplesmente porque ele é um time de futebol, eu acho que ele deve receber incentivos financeiros de prefeituras porque ele tem o nome da cidade, você trabalha .... Nada mais divulga o município do que uma equipe de futebol profissional em alto

[82] Apenas um exemplo de chamada nos jornais locais. Outros exemplos: *Prefeitura confirma parceria com o clube, clubes contam com a ajuda da prefeitura para bancar despesas.*
[83] Vide capítulo 2, que trata do relacionamento do torcedor do Ipatinga FC com o clube.

> rendimento, ganhando jogos, competições, jogando partidas no Brasil inteiro. Então, eu acho que as prefeituras, elas deveriam fazer esse investimento em determinados clubes pra impulsionar, pra aquecer a própria divulgação do nome da cidade". (GC)

Após pesquisa no sítio eletrônico da Prefeitura Municipal de Ipatinga, encontrei alguns documentos que comprovam repasses de verba ao Ipatinga FC. Preliminarmente, é imprescindível relatar que, no ano de 2000, foi concedido ao clube o título de utilidade pública municipal, conforme Lei n. 1.812[84] que, além de atestar sua idoneidade, abre as portas para a entidade receber auxílio financeiro do poder público local, além de algumas isenções que são específicas a cada município da União.

Antes do ano de 2006, não identifiquei documentos, disponibilizados eletronicamente, que comprovam qualquer repasse financeiro ao clube. De 2006 a 2012, houve auxílio financeiro ao clube por meio de verbas específicas como transferências voluntárias e destinação de recursos para entidades privadas ao título de contribuição e auxílios; destinação de recursos na forma de convênio e contratação de serviços com declaração de inexigibilidade, ou seja, sem a necessidade de licitação. Nesse último caso, os serviços contratados referem-se à publicidade em camisas de treinos e jogos, placas publicitárias, *banners* e *back-drop* do Ipatinga FC.

O quadro 2 mostra o repasse de valores ao clube totalizando seis milhões e quinhentos e oitenta mil reais no período compreendido entre 2006 e 2012. São valores bastante significativos sob o ponto de vista do provimento de dinheiro público a entidades privadas. Também podemos observar que todos os repasses de valores foram sancionados e publicados ou na forma de leis ou decretos no órgão oficial do município.

---

[84] Disponível em <http://www.ipatinga.mg.gov.br/abrir_arquivo.aspx/Lei_1.812/2000?cdLocal=5&arquivo={EABBAD75-AB64-ACC5-E42E-810CCE77D18D}.pdf> Acesso em: 28 dez.2014.

Quadro 2 - Repasse de verba ao Ipatinga FC entre 2006 e 2012.

ANO	TIPO	DOCUMENTO	VALOR EM R$
2006	Repasse de contribuição	Lei n. 2.266 de 28 de dezembro de 2006	230.000,00
2007	Repasse de contribuições Acréscimo de valor ao repasse anterior	Lei n. 2.278, de 28 de março de 2007	370.000,00
	Repasse de contribuição	Lei n. 2.364, de 06 de novembro de 2007	150.000,00
	Repasse de contribuição	Lei n. 2.403, de 27 de dezembro de 2007	180.000,00
2008	Repasse de contribuição	Lei n. 2.522, de 24 de dezembro 2008	300.000,00
2010	Licitação: modalidade inexigibilidade	Contrato n. 330/2010 PMI X sociedade civil Ipatinga Futebol Clube – IFC	1.750.000,00
	Licitação: modalidade inexigibilidade (acréscimo de valor)	Contrato n. 906/2009 PMI X Sociedade civil Ipatinga Futebol Clube - IFC	250.000,00
2011	Licitação: modalidade inexigibilidade (acréscimo de valor)	Contrato n. 022/2011 PMI X Sociedade civil Ipatinga Futebol clube – IFC	2.500.000,00
2012	Licitação: modalidade inexigibilidade	Art. 100 da Lei Orgânica do Município	850.000,00
TOTAL			6.580.000,00

Fonte - Elaborado pelo autor da dissertação[85].

[85] Disponível em: < http://www.ipatinga.mg.gov.br/Legislacao> Acesso em: 28 dez.2014.

Esses repasses de valores não são considerados ilegais do ponto de vista jurídico, mas cabem alguns comentários e questionamentos, pois se trata de verba pública e destinada ao favorecimento de uma entidade privada.

Uma fala do gestor do clube fez relembrar o quanto o futebol é usado em algumas ações políticas e sociais. No passado, ocupou os palanques e comícios durantes campanhas eleitorais e, hoje, pode ser parte até de uma estratégia de governo, ocupando uma agenda política importante em nível federal [86].

> "Nós tínhamos a dificuldade de uma mídia restrita por estarmos instalados lá, mas quando o time ia jogar em Caxias do Sul, quando ia jogar no Rio Grande do Norte, quando ia jogar em Pernambuco, quando ia jogar em Brasília, em outros lugares, Gioânia, levava a bandeira da cidade, levava o escudo da cidade, então, **da mesma forma que em outras categorias, em outras especialidades, em outros esportes, da mesma forma que um vereador, um prefeito recebe um financiamento pra ir pra outra cidade, pra discutir algo, buscar projetos pra sua cidade, um time de futebol também deveria ser beneficiado pelo poder público quando esse time de futebol representar sua cidade.** Acho que as prefeituras, até hoje inclusive, a de Ipatinga quando fez isso, quando investiu no Ipatinga, teve um retorno muito grande, um retorno do turismo, um retorno do conhecimento da cidade, o retorno de novas empresas que possam ir pra cidade que sabem, passam a saber da existência dessa cidade, isso eu acho o lucro, o ganho, o benefício, ele é de mão dupla". (GC) (Grifos meus).

O uso futebol como um catalisador da diplomacia pode ser medido recentemente pelo envio, no ano de 2004, da Seleção Brasileira de Futebol ao Haiti, com o objetivo de melhorar a imagem do Brasil junto à população local por meio do que ficou conhecido como *diplomacia da bola*[87], visando também tornar positiva a

[86] Sobre a organização de uma agenda governamental para o futebol entre o primeiro e o segundo mandato do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva, consultar a dissertação de Mariângela Ribeiro dos Santos, intitulada O futebol na agenda do governo Lula: um salto de modernização (conservadora) rumo a Copa do Mundo FIFA 2014.

[87] A Coordenação-Geral de Intercâmbio e Cooperação Esportiva (CGCE) foi criada, em janeiro de 2008, e foi uma das marcas da política externa do Governo Lula. Sua criação foi realizada por três motivos: a crescente demanda, por parte de países em desenvolvimento, por cooperação com o Brasil na área do esporte, especialmente, o futebol; a escolha do Brasil como sede da Copa de 2014; e a candidatura brasileira a sede das Olimpíadas de 2016. A *diplomacia da bola* foi oficializada pelo governo Lula como como um instrumento para criar laços bilaterais com o discurso do governo da

participação do País na Missão das Nações Unidas para a Estabilização do Haiti (MINUSTAH).

> O esporte, embora materialize um fato político e econômico complexo nas sociedades modernas, o qual é tido como meio e fim permeado pelas dinâmicas de competição e cooperação, também, se caracteriza como um valor de hibridação de diferentes interesses entre Estados Nacionais, organizações internacionais e empresas, já que transmite uma ideologia de prestígio, de status, de nacionalismo, de internacionalismo, de guerra e diplomacia (SENHORAS, 2014, p.7)

Os trechos das entrevistas a seguir exibem a visão dos gestores sobre o apoio financeiro por parte das prefeituras aos clubes de futebol.

> "O que nós fazemos é incentivar, o estádio, colocando e, não cobramos aluguel pra jogar, essa coisa toda, mas de uma forma direta injetar dinheiro por que nos entendemos que o futebol, ele tem que sobreviver com seus próprios recursos, com suas próprias (pernas); tem visibilidade suficiente pra poder se manter, né, tem que ter competência pra isso, quem não tem competência, não deve se estabelecer no caso do futebol, é um entendimento nosso. O recurso público aqui, na nossa administração, ele é destinado à saúde, à educação, à habitação, ao saneamento básico, porque é assim que a gente administra e que a prefeita Cecília Ferramenta quer administrar". (GMI)

> "O bem da verdade, o poder público não tem o poder de fazer um investimento direto no sentido de um time profissional. Nesse sistema nós não podemos realmente investir num time dessa condição de ser um time profissional. E o poder público investir. Lamentavelmente, nós não podemos fazer investimentos nele". (GMB)

Concordando com Linhales et al. (2008), a presença do esporte e lazer no conjunto das ações municipais relaciona-se à visibilidade política e pública que essas práticas proporcionam ao longo dos anos. Segundo as autoras "[...] esses setores ainda são muito vulneráveis às barganhas e às acomodações de interesses,

---

cooperação e integração como solução para os problemas mundiais. O primeiro empreendimento dessa política foi o envio da seleção brasileira de futebol ao Haiti, em 2004. Disponível em: <http://www.futgestao.com.br/2015/03/a-institucionalizacao-da-diplomacia-da.html; http://ibri-rbpi.org/2010/12/20/o-esporte-na-politica-externa-do-governo-lula-o-importante-e-competir-por-carlos-augusto-rollemberg-de-resende/> Acesso em: 12/ maio2015.

o que é facilitado pela ausência de pressões e demandas da sociedade por esses direitos sociais" (LINHALES et al. 2008, p. 19).

Sobre o apoio ao futebol nas cidades, os gestores municipais se referem ao futebol amador como o foco principal de investimento de suas pastas. Ambos mantêm repasses de verbas, muitas vezes, já amparados por leis e decretos, já incorporados nos orçamentos anuais previstos.

> "No passado, nos chegamos a fazer aporte financeiro ao Ipatinga através de convênios. A gente chegou a fazer, fazia o convênio como a gente faz hoje o convênio com a liga de desportos de Ipatinga pra manutenção do futebol amador, com a liga de esportes especializados. Nós temos convênio com essas duas entidades. E aí fazíamos convênio também com o Ipatinga, no mesmo valor que era destinado ao futebol amador, era destinado ao Ipatinga". (GMI)
>
> .
>
> "O futebol amador aqui na nossa cidade, ele tem um papel importantíssimo, né. Vai de muitos anos, a liga é muito organizada, esse ano nos destinamos pra Liga de Desportos de Ipatinga, 834 mil reais, pra ela bancar todas as competições no ano e arbitragem e tal, essas coisas todas, uniforme.... Então, essa coisa do futebol amador aqui é muito arraigada na comunidade. O futebol profissional é novo, é recente, igual nós estamos falando aqui, começou embrionariamente em 1992, 93 com o Ideal, aí parou o Ideal e ressurgiu com força total em 98 com o Ipatinga". (GMI)
>
> "Nós já temos os times aqui, que são os times daqui, ligados a liga de esportes de Betim, que recebem uma ajuda financeira para que possam fazer seus campeonatos na cidade". (GMB)

O futebol amador é conhecido em alguns estados como o futebol de várzea e tem uma organização e um regulamento bem específico e diferente daquele do futebol profissional, que Damo (2005)[88] denomina comunitário. Segundo o autor, o futebol de várzea se estabelece entre o futebol espetacularizado (profissional) e o de bricolagem (das peladas). Esse modelo de futebol parece ser fomentado pelas prefeituras por meio das ligas existentes nos municípios e constitui uma das suas principais práticas enquanto lazer nos finais de semana.

[88] Para maior entendimento dos futebóis, Damo (2005) estabelece as matrizes futebolísticas que compõem o futebol: espetacularizada, bricolada, comunitária e escolar.

Os investimentos públicos no futebol geralmente são precedidos de acordos em que são pactuados alguns retornos na forma de contrapartidas, em que a parte beneficiada financeiramente devolve à entidade financiadora um retorno do investimento, seja via prestação de serviços ou de visibilidade como é na maioria dos acordos fechados com os clubes de futebol. Para os gestores municipais, as principais contrapartidas estão na publicidade em torno do nome da cidade, na melhoria da autoestima da população e na possibilidade de articular ações sociais e educativas por intermédio do esporte.

> “Então, foi uma divulgação, assim, imensurável, o que isso representa, transmissão, quando ele disputou a semifinal da Copa do Brasil contra o Flamengo, contra o Vasco, em rede nacional, quantas vezes falou o nome de Ipatinga, isso não tem como você mensurar financeiramente o que isso representa”. (GMI)

> “Então, pra divulgação da cidade é espetacular, como lazer, é... olha, é um negócio interessante. Quando o Ipatinga jogava pelo Campeonato Brasileiro da série B, depois chegou até a série A, na segunda-feira, se o Ipatinga perde, na segunda-feira nas empresas tem um ambiente .... muda pra pior, se ganha, o ambiente melhora e, assim, a cidade toda discutia, falava e... cria empregos diretos, indiretos, as emissoras, a imprensa, as rádios, aquilo ’bombava’, todo mundo tinha patrocínio, tinha isso tudo, porque, tudo em função dessa motivação que o futebol trás, é.... que o brasileiro adora futebol e a coisa realmente pega, pra autoestima da cidade, da população é muito legal”. (GMI)

> “Então é uma área que nos interessa, porque na área de educação aqui nós estamos avançando com a implantação em toda a rede municipal da Escola Integral. Então a gente firmou um convênio no ano passado e esse ano novamente com a USIPA aqui, pra que nossos alunos da Rede Municipal façam as atividades complementares na USIPA. Então, pode acontecer também, poderia acontecer, e foi falado isso pela prefeita, de a gente utilizar também o espaço lá do Ipatinga, hoje, pra poder ampliar a nossa atuação”. (GMI)

> “Olha, a contrapartida é que tenhamos aí a formação de jovens com a questão realmente de ‘o social’. O time de futebol que vier a existir na nossa cidade, como profissional, ele tem que acolher os nossos jovens desde o início para que possamos fazer grandes profissionais e com isso, ele nos ajudar no social de nossa cidade,

> tirando eles da rua e trazendo eles para os campos para convivência em comunidade para estar bem preparado para o futuro". (GMB)

No caso do Ipatinga FC, será que os investimentos realizados no clube pela Prefeitura Municipal foram revertidos na forma de benefícios para a cidade trazendo impactos positivos, como os descritos pelos gestores? Este trabalho não objetivou medir esse impacto da atividade futebolística na economia da cidade, mas é importante evidenciar essa questão.

Sobre os investimentos públicos em uma equipe de futebol e sua influência sobre a economia da cidade, Alves (2014)[89] concluiu, com base em seu estudo, que não foi possível qualquer tipo de incremento na economia da cidade que pudesse financiar um clube de futebol. A relação do custo benefício entre o investimento no clube e a geração de recursos financeiros para a cidade não foi considerada compensatória sob o ponto de vista econômico.

Um relatório de auditoria encontrado no portal da transparência do sitio eletrônico da Prefeitura de Ipatinga referente aos exercícios de 2009 a 2012 revela que um dos contratos entre a Prefeitura e o clube no valor de um milhão de reais, não foi considerado compatível com o possível benefício alcançado e a modalidade de contratação não foi a correta. O contrato 062/2009 refere-se à contratação de espaço publicitário na camisa do Ipatinga FC. O relatório faz ainda alguns comentários.

> Foi usado modalidade de inexigibilidade, que não foi comprovada. O retorno não foi alcançado, haja vista que não houve aumento de receitas para a prefeitura, muito pelo contrário, houve aumento de despesa. Recomendamos abrir processo administrativo para a apuração das responsabilidades e ainda decretar punições ao fornecedor (RELATÓRIO da DIRETORIA)

5.5 A relação com a torcida e o retorno do clube para Ipatinga

[89] Para maiores considerações sobre a influência de um clube de futebol na economia, consultar: a dissertação de mestrado intitulada: "A influência de um time de futebol em uma economia local: investimentos públicos e a percepção da população" (ALVES, 2014).

As razões que fazem com que se estabeleça uma relação identitária entre o clube, os torcedores e o local onde está inserido fazem parte de um conjunto de significações que são criadas e vividas ao longo do tempo.

Segundo Damo (1998), as representações caracterizadas pela diferenciação e pelas relações de identificação social com os clubes são definidas como o *pertencimento clubístico*. É muito comum os torcedores se referirem aos clubes como *o meu time* e, nesse contexto, esse pertencer cria essa relação identitária com o clube.

Nesse processo são estabelecidos alguns vínculos importantes que podem ser percebidos pelas falas dos gestores. O gestor do município de Ipatinga relata que, mesmo com a jovialidade do clube, chegou a haver pertencimento entre os torcedores do Ipatinga FC.

> “Então, o que acontece, o torcedor ipatinguense, agora que tá surgindo em Ipatinga uma geração de Ipatinguenses de fato. Eu tenho um filho nascido aqui, que tem 24 anos de idade, então, é agora que tá surgindo essa relação. Eu vim pra cá, eu sou de uma cidadezinha próxima Itaumirim. 70% da população de Ipatinga, ela é assim, veio de outras cidades pra cá, atraídos pelas oportunidades que essa cidade oferece. Então, o que acontece, esse torcedor, ele passou a criar essa identidade com o Ipatinga. Ele torce, como o pai. O pai influenciou pro Atlético ou pro Cruzeiro, mas ele passou a ter o Ipatinga e, em determinado momento, passou a torcer pro Ipatinga mesmo”. (GMI)

Sua fala é reforçada pela do gestor do clube que também afirma que seria difícil a aceitação do clube pela população de Betim, já que a equipe não teria sido aceita pela população da cidade como uma equipe constituída na região. O gestor municipal de Betim também relata a dificuldade na identificação com o clube pela origem das pessoas que faziam parte do corpo técnico do clube denotando a impressão de que a permanência do clube na cidade era uma situação transitória.

> “O Ipatinga jamais ia ser em Betim considerado um time de Betim, pela própria população, pela própria região e, em Ipatinga existia um clamor da torcida pra que o time voltasse. Existiam os torcedores irritados, revoltados, que nunca mais queriam ver o Ipatinga, porque o Ipatinga abandonou sua sede, mas existia a outra parte da história, 80% desse torcedor que queria o Ipatinga de

> volta, mesmo desconfiando, mesmo revoltado, queria o Ipatinga de volta, e nós mostramos isso, tanto que nós temos o melhor e o segundo melhor público do Módulo II do Campeonato Mineiro desse ano". (GC)

> "Primeiro eu acho que a dificuldade que todas as pessoas que vieram com o time do Ipatinga, eram de Ipatinga. A distância para eles irem e voltar, de todo o corpo técnico da equipe, já ficou bem dificultoso, questão de alojamento, os jogadores também, vir pra se alojar aqui, e nós também não temos um campo, um estádio preparado para um time profissional, e isso é um dos fatores principais que levou ele a retornar à cidade berço dele que é Ipatinga". (GMB)

Mesmo com essa situação de dificuldade de acesso aos jogos, em razão de a cidade de Betim não dispor de um estádio que pudesse atender a demanda do clube e os requisitos regulamentais, houve uma mobilização de torcedores para assistir às partidas do clube nas cidades de Sete Lagoas e Nova Serrana. Segundo o relato do gestor do município, uma torcida organizada foi criada para acompanhar a equipe.

> "É, nós tínhamos uma torcida aí que era em torno de 100 jovens que acompanhavam o time e algumas outras pessoas também, já de terceira idade que iam lá. A primeira torcida foi os Loucos do Alambrado, que realmente fazia a diferença nos jogos que nós tivemos. A torcida dessa pequena expressão de pessoas, mas de grande impacto para o time. Empurrou o time muitas vezes para a vitória". (GMB)

O gestor do clube apresenta duas falas distintas sobre a presença da torcida nos jogos. Primeiro ele diz ser previsível a situação de ausência do torcedor no campo pela distância, mas, na sua segunda fala, relata a necessidade de haver torcida, quando compara a pequena torcida do Betim EC à torcida do Santa Cruz FC, que viajou milhares de quilômetros para ver seu clube jogar na cidade de Sete Lagoas. Contudo, há o reconhecimento, principalmente por parte da população local, no entorno do centro de treinamento, localizado no bairro Teresópolis, em Betim.

> “Mas é difícil, como que se anda 100 Km pra torcer para um time de futebol? Então nós já esperávamos que o torcedor num primeiro momento, no primeiro ano, no segundo ano fosse apoiar o time in loco nos jogos, de forma mais tímida, mas nós recebemos o apoio do torcedor muito grande nos centros de treinamento, por exemplo. Direto tinha torcedores, caravanas de escola, pessoas lá apoiando o time do Betim, que era o time do Ipatinga que tinha virado Betim. O bairro onde a gente estava localizado, Teresópolis, a comunidade, e a comunidade apoiou irrestritamente o Ipatinga. Teve em cima da gente lá, dando força mesmo. Os poucos torcedores que iam eram torcedores aguerridos mesmo, de verdade e isso deixou um sentimento de perda quando o projeto não pode continuar, não foi pra frente”. (GC)

> “Na verdade o sentimento é muito negativo, é um sentimento ruim, porque principalmente quando nós jogamos contra equipes maiores, como o Santa Cruz, por exemplo, que o Santa Cruz está a 5 mil quilômetros de Betim e conseguiu colocar lá em Nova Serrana, mais torcedores do que nós e o mando era nosso, o jogo era nosso”. (GC)

A ausência de torcida e de estádio para jogos foram as principais dificuldades relatadas pelos gestores durante a permanência do clube na nova sede. Além disso, outras dificuldades foram relatadas, como ausência de canal de rádio e televisão locais para divulgação e toda uma estrutura que em Ipatinga parecia ser direcionada ao clube.

> “Não ter esse estádio aí, nos atrapalhou muito e a segunda grande dificuldade é que Betim é uma cidade com um território muito grande, então, os bairros de Betim, são muito divididos e pela proximidade da cidade com Belo Horizonte, não existe força de comunicação, de mídia, Betim não tem um jornal diário, não tem uma emissora de rádio exclusiva da cidade, que fale só das coisas da cidade, ou seja, tudo que se faz em termos de necessidade de divulgação em Betim, existe um sofrimento muito grande, não só no setor esportivo do futebol, mas nos outros setores. Então, nós sofremos com isso, pra fazer chegar até a cidade, à população dos bairros mais afastados, a própria existência, atividades diárias do Ipatinga em Betim, que aí se chamava Betim, isso era muito mais difícil do que em Ipatinga. Em Ipatinga, os canais de comunicação, além de ter vários

> exclusivos na cidade e regionais, eles chegam muito fácil ao torcedor, ao ouvinte, ao telespectador". (GC)

Amiúde, o clube viveu, em um período curto de tempo, situações conflitantes. Em Ipatinga, parecia haver um ambiente favorável para o clube, com acesso aos canais de comunicação, jornais de circulação diária, além de estrutura física para jogos e treinos. Já, em Betim, além de o clube não conseguir manter um bom desempenho nas competições que disputou, não alcançou a visibilidade esperada, conforme relato do seu gestor, além de não ter conseguido gerar identificação com a população local.

Para Campos (2006), a identidade futebolística está ligada ao compartilhamento de representações sociais que geram um pertencimento.

> Os indivíduos que possuem representações sociais em comum formam as torcidas, que têm por característica a negação de outros clubes. Portanto, a identidade futebolística não se resume apenas a se identificar com um clube, mas também de negar os demais, principalmente os rivais. A rivalidade é um sentimento ligado às representações sociais compartilhadas por um grupo em oposição às compartilhadas por outro. Ela pressupõe a existência de um clube contrário (CAMPOS, 2006, p. 36).

Segundo o gestor do clube, mesmo não havendo rivais na região do Vale do Aço, o sentimento de rivalidade compartilhado pelos torcedores era em oposição aos clubes da capital que, nas disputas do Campeonato Mineiro, realmente ficou bem marcante; eram os clubes do interior, em oposição aos da capital. Talvez essa tensão tenha (re)surgido mesmo a partir da ascensão do Ipatinga FC, como um clube do interior que chegou e venceu o grande da capital em uma final de campeonato[90]. Essa questão territorial pode ter fortalecido o sentimento de competição entre os dois territórios, capital e interior, criando uma forte rivalidade entre os grupos de torcedores e, no caso dos torcedores do Ipatinga FC, criado um sentimento de representatividade que desempenhou um importante papel na constituição do torcedor ipatinguense.

> "O Campeonato Mineiro da primeira divisão, perdeu muito seu prestígio, o prestigio direto e indireto, depois que o Ipatinga começou a cair de produtividade, começou a não

[90] Antes de 2005, quando o Ipatinga FC venceu o Cruzeiro na final do Campeonato Mineiro, o último clube fora da capital a vencer foi o Esporte Clube Siderúrgica, da cidade de Sabará, que se sagrou Campeão Mineiro no ano de 1964, portanto, 41 anos antes.

> mais brigar na ponta do campeonato, porque 40 anos antes do Ipatinga ser Campeão mineiro, em 2005, 4 anos antes, um clube do interior não incomodava o da capital. E o Ipatinga foi, em 2005 campeão, 2006 vice-campeão e 2010, vice-campeão. Em 5 anos, fomos 3 vezes na final. Isso deu um brilho diferente à competição. O torcedor, o telespectador que assistia pela televisão, o torcedor que ia ao estádio, até mesmo o torcedor dos grandes clubes como cruzeiro e atlético, eles passaram a ter um interesse maior quando o clube deles joga com o do interior, porque o Ipatinga acendeu essa luz, de falar assim, vai ter um jogo: Cruzeiro e alguém do interior. Não vai ser goleada, vai ser um jogo apertado e o do interior pode ganhar. Então, acho que o Ipatinga foi o grande responsável por isso. A Caldense em 2012 foi campeão mineiro, mas não tinha os da capital disputando, os grandes não disputavam. Já o Ipatinga não, o Ipatinga incomodou, foi campeão, impulsionou os outros clubes do interior, fez os outros times do interior acreditarem que dava pra chegar, houve mais investimento dos presidentes dos clubes do interior pra se chegar no campeonato, nas finais, pra ser campeão e, o Ipatinga foi responsável por isso. Aí vem o nosso sentimento muito grande da coisa não ter continuado na ascendência.” (GC)

As dificuldades vivenciadas pelo clube, os problemas administrativos e financeiros na nova sede já citados anteriormente, tiveram como consequência o retorno para sua antiga sede ainda em 2013. Segundo o gestor do clube, o fato que culminou no retorno à Ipatinga foi a mudança no comando maior do clube.

> “Porque, na verdade, o Ipatinga trocou o presidente lá em Betim, e o presidente que assumiu, ele teve uma visão, uma visão, em minha opinião, sábia, correta, de que o projeto não deu certo”. (GC)

As declarações do novo presidente[91] à imprensa vão ao encontro das declarações do gestor do clube entrevistado, critica a saída do clube de Ipatinga e afirma que a falta de apoio da torcida nos jogos foi fator decisivo para seu fracasso na competição que disputou.

[91] O presidente a quem faço referência, Jaider Moreira, responsável pelo retorno do clube à Ipatinga, permaneceu menos de um ano no cargo renunciando ao mandato em 2014, o que provocou a realização de novas eleições. O presidente que venceu as eleições, Almir Azevedo, tem um mandato a cumprir até o ano de 2019.

> “Essa é a minha grande prioridade como presidente do clube. Não concordo com essa coisa de pegar um time que está a muitos anos atuando em uma cidade e depois mudá-lo para outra. Temos uma ligação muito forte com a cidade de Ipatinga e não podemos encarar com naturalidade essa mudança de sede. O povo da cidade é apaixonado pela instituição e foi muito triste ver jogos do Betim com praticamente nenhum torcedor na arquibancada na Série C. Acredito que se fosse no Ipatingão, aquele jogo contra o Santa Cruz-PE, poderíamos ter mais de 28 mil pessoas nos apoiando em busca da classificação”[92]. (DECLARAÇÂO da PRESIDÊNCIA)

Apesar do passado de sucesso em que a torcida comparecia e apoiava o time, conforme a declaração do presidente do clube, o gestor municipal relata sua percepção em relação ao sentimento dos torcedores que, após a saída e retorno do clube da cidade, permaneceram incólumes ao processo e veem o acontecimento com certa desconfiança.

> “E nós temos aqui hoje, a gente chama de ‘as viúvas do Tigre’, umas 3 mil pessoas, mais ou menos, que não torcem pra outro time nenhum, só torcem pro Ipatinga, por causa do sócio-futebol, parou de acompanhar, parou de ver , parou disso e tal, e que esse grupo é que está desconfiado com o atual momento do Ipatinga, não sente firmeza na diretoria, não sente firmeza na proposta. Então, o que é preciso pra retomar essa situação: é preciso que o Ipatinga mostre pra cidade, que (es)tá realmente com uma proposta séria e que, comece a ter sucesso, porque no futebol é assim, na vida é assim”. (GMI)

Segundo o gestor do clube, o recomeço na cidade, em 2015, se deu em função de uma parceria com uma empresa investidora que financia todas as atividades do departamento de futebol. Após o retorno, em 2013, a disputa da série D do Campeonato Brasileiro e do Módulo II do Campeonato Mineiro, em 2014, poderia ser a última enquanto clube profissional.

---

[92] Declarações do presidente do clube à imprensa de Betim. Disponível em: <http://www.otempo.com.br/superfc/futebol/presidente-do-betim-espera-disputar-o-m%C3%B3dulo-ii-j%C3%A1-como-ipatinga-1.745164> Acesso em: 12 fev.2014.

> “Na verdade, assim, o Ipatinga só voltou, e voltou pra cidade no início do ano passado, mas ele só disputa campeonato profissional agora porque temos um investidor. Um investidor que está com a gente, que banca todo o departamento profissional, ele custeia todo esse aparato que é necessário no futebol pra funcionar e hoje tem funcionado bem, os salários em dia os pagamento corretos, estrutura física funcionando maravilhosamente bem, isso porque tem um investidor que custeia tudo isso aí”. (GC)

O cenário em Ipatinga com a volta do clube parecia um pouco diferente daquele vivido anteriormente. Em 2013, entrou em cena na cidade um novo clube, o Novo Esporte Ipatinga, e o receio de ter que dividir o espaço com esse recém-criado clube fez o gestor refletir sobre a convivência dos dois times no município.

> “Olha, eu tenho um pensamento que futebol é igual coração de mãe, sempre cabe mais um e, é logico que o Novo Esporte, ele teria um sucesso muito maior, uma possibilidade de estar bem, de cativar torcedor, se o Ipatinga não tivesse voltado. Como o Ipatinga já tem uma trajetória marcante, um passado, já tem um histórico maior, uma história também, eu acredito que ficou muito difícil pro Novo Esporte, arrebanhar essa fatia do bolo na cidade e na região, pela existência do Ipatinga, e a volta do Ipatinga também, mas eu entendo que, eu torço muito pra região toda ter vários times representando o Estado na primeira divisão do campeonato mineiro. Seria muito bom se o Social, Ipatinga, América de Teófilo Otoni, Democrata de Valadares, se todo mundo tivesse lá em cima, nós teríamos praticamente um campeonato inteiro regional. Eu torço muito pro futebol do interior, eu gosto disso, gosto da luta que os caras do interior tem, que a gente tem pra fazer futebol no interior e eu acho que seria um caminho mais difícil, mas divisão de renda com a existência do novo esporte, isso aí não existe. A renda já é difícil de conseguir de qualquer forma. Então, eu acho até bom, se a gente conseguir criar uma rivalidade igual tem em Patos de Minas, Mamoré e URT, que fazem um clássico emocionante, seria bom também se o Novo Esporte fosse um time que viesse pra somar, pra somar pro torcedor, pra dividir as coisas, pra acirrar o negócio”. (GC)

O gestor municipal compara o início dos dois clubes na cidade e tece sua opinião sobre o Novo Esporte Ipatinga. Na sua fala, ele relativiza a situação do

futebol profissional pela relação vivida com o Ipatinga. No final, ainda provoca com o estereótipo que adquiriu o futebol brasileiro ao longo do tempo.

> "O problema do Novo Esporte, é que ele foi fundado por um empresário aqui, que é também político. E ele fundou o clube, já um clube empresa [nos moldes de um clube empresa], então, de cara não teve um vínculo, ainda mais com a desconfiança que tinha todo mundo em relação a futebol profissional, ao Ipatinga e tal. E ele começou de uma maneira muito diferente do que o povo de Ipatinga até esperava. Porque, se ele começa montando um time realmente pra chegar, pra ganhar, ou pra subir e tudo, mas ele montou um time muito fraco. Então ele não teve, não conseguiu empolgar com a argumentação, pra justificar essa coisa, ah não, eu tô chegando aqui pra ocupar um espaço, ele falou que sim, que ele falou que tava vindo ocupar a lacuna deixada pelo Ipatinga, mas ele não fez por onde. Então, ele teve a desconfiança e depois ...., vamos dizer assim, o torcedor de Ipatinga que poderia ver ali uma válvula de escape, ele não viu nenhum traço ali que identificasse aquele time, o Novo Esporte, como o antigo Ipatinga em termos de resultados, de vitórias. O Ipatinga sempre foi um clube de orgulho da cidade, vitorioso e tal, já o Novo Esporte não começou assim, não teve aquela grandiosidade, aquela coisa assim pra empolgar, entende? Então, agora o Ipatinga voltou, e ficou mais ainda à margem e ele, o Novo Esporte é legal e num aspecto ele difere do Ipatinga: ele começa estruturado, ele vai começar agora a disputar a série C do campeonato, a terceira divisão e ele contrata o jogador, bacana, direitinho, paga religiosamente em dia, todo mundo comportadinho, bonitinho, mas, se isso fosse coisa do futebol brasileiro, aquilo que a gente fala às vezes, o time do seminário, do padre, ia ser campeão brasileiro toda hora". (GMI)

O cenário em Betim, após a saída do Betim EC da cidade, apresenta uma similaridade com Ipatinga. Foi criado um clube na cidade com o nome de Futebol Clube Betinense[93] que, apesar de não levar o nome da cidade, carrega a designação dos nascidos no município. O gestor municipal de Betim parece apoiar a ideia do novo clube e, de maneira oposta quando se referiu ao Betim EC, ressalta a

[93] Uma curiosidade no nome e no escudo do clube é que a CBF indeferiu o nome proposto pela entidade, que seria Futebol Clube Betim, por já haver um clube com nome similar. A sigla do clube FCB parece ter sido inspirada no clube catalão Futebol Clube Barcelona. Seu escudo é quase idêntico ao do clube espanhol, quanto ao formato e características, distinguindo-se do original pelas cores. Enquanto o clube espanhol ostenta as cores azul e grená, o rival betinense carrega as cores preto e amarelo.

ideia de pertencimento territorial em consonância com o possível surgimento de identidade a partir de algumas características que ele elenca como importantes como: clube *nascido no município* e *com pessoas da própria cidade*.

Essa fala parece reforçar a necessidade do estabelecimento de vínculos de origem com o clube para que esse tenha sucesso. Pode parecer bairrismo ou provincianismo, mas, em diversos locais, essa lógica prevalece, como pode ser visto no estudo de Silva (2011), que apresenta torcedores valadarenses que têm um forte vínculo com sua cidade e, apesar de torcerem por outros clubes como os da capital mineira, quando estes vão se enfrentar, torcem pelo clube que representa sua cidade.

As ligações afetivas entre os sujeitos e o lugar definido como o ambiente físico são definidos por Tuan (1980) como topofilia. As relações topofílicas nas comunidades de Betim e de Ipatinga têm valores da identificação dos moradores com o lugar em que vivem. Para reforçar esses laços de pertencimento territorial, o pertencimento clubístico por meio da familiaridade e afeição ao clube torna-se o elo que reforça o sentimento de coletividade que expressa valores simbólicos de orgulho e identidade com a cidade.

> “Betim hoje já tem o (FC)Betinense que é um time profissional, nascido da cidade, está atuando. Acho que precisamos fazer um estádio aqui, um campo de cidade pequena, entre 5 e 10 mil torcedores e já estamos tentando viabilizar isso, mas é de grande importância sim, um time profissional na nossa cidade ou qualquer cidade que tenha condição de ter”. (GMB)

> “Eu vejo que hoje o Betinense é um time nasce na própria cidade com pessoas da cidade, com o intuito de mostrar pra Minas Gerais que Betim poderá ter um time de futebol e aí o time Betinense tem a necessidade de buscar parceiros na iniciativa privada pra que possa ter o seguimento da sua vida aí e ser um time de futebol realmente independente estando com o apoio do poder público aqui de Betim, ou não”. (GMB)

O contexto vivenciado pelo administrador do clube refere-se a dois locais distintos e, para se examinar sua fala enquanto dirigente, a análise do conteúdo de sua entrevista levou à percepção de que não houve um rompimento estrutural com o

Ipatinga FC, mesmo quando este esteve em Betim. Apesar de o contexto das duas cidades ser diferente, não houve um planejamento específico, e o estudo de mercado, se houve, não levou em consideração as condições favoráveis e desfavoráveis do município de Betim.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

No âmbito esportivo, por muitas vezes, o tema da migração de clubes de futebol foi noticiado e evidenciado pela imprensa: alguns casos com estranheza e outros com certa naturalidade. Essas mudanças de sede ou realocações são fatos que remetem à lembrança dos retirantes, que geralmente migram para localidades maiores na expectativa de conseguirem melhores condições de sobrevivência.

As discussões suscitadas pelo futebol recentemente têm se mostrado importantes, e a academia deve reafirmar seu papel de protagonista na discussão dos temas relevantes para a sociedade. Não só o futebol, mas os esportes de maneira geral constituem um canal aberto para discussões de gênero, identidades étnicas e políticas públicas dentre outros.

As mudanças ocorridas na legislação esportiva com a implementação de leis e decretos dispostos a regulamentar o futebol, a interferência estatal direta que, de acordo com Santos (2011), faz parte de uma modernização conservadora do esporte no Brasil em virtude da concentração do poder nas federações fizeram do produto final o futebol que temos hoje.

A nova lógica do futebol espetáculo no Brasil, o futebol capitalizado, trouxe consigo uma série de transformações na maneira de se pensar o futebol e de consumi-lo, enquanto produto ofertado e lucrativo.

A partir dos acontecimentos ocorridos com o Ipatinga FC, descritos no corpo deste trabalho, procurei analisar o processo de desconfiguração e reconfiguração do torcer nas duas cidades: Betim(MG) e Ipatinga(MG) e como se estabeleceram as relações das torcidas com o clube.

No futebol brasileiro, a existência de um clube está ligada a um conjunto de fatores que trazem significado a determinado grupo social. O ser, o pertencer revelam uma compreensão da espacialidade que, a partir de fatores de ligação territorial, podem definir as conexões identitárias que as pessoas definem como um clube, um lugar.

Por meio dos dados obtidos nos formulários com os torcedores do Ipatinga FC, verifiquei laços identitários entre torcedor e clube que representam a comunidade via ligação territorial e afetiva, num sentimento de pertencimento descrito por seus membros por meio da enunciação e pelo comportamento

verificado nos dias de jogos na cidade. Durante o período em que o clube esteve ausente da cidade, parece ter havido certa resignação dos torcedores. Contudo, surgiu uma esperança contida de que o clube voltaria a ser o mesmo vitorioso, ocupando novamente seu espaço representativo.

Em meio a esse imaginário futebolístico, a desconfiança também ocupou os espaços de debate do ipatinguense assim que a possibilidade do retorno do clube à cidade se concretizou. Apesar disso, os dados obtidos durante o preenchimento dos formulários, das entrevistas e observações, confirmam a representatividade do clube para a população da cidade, sobretudo um espaço de socialização e convivência que tem em um município do interior suas peculiaridades.

É difícil dissociar o clube enquanto ser, enquanto identidade futebolística, mesmo este tendo mudado sua localidade e carregado sua cultura e estrutura física consigo. Assim, é possível afirmar que o deslocamento geográfico de um clube de futebol com toda a sua estrutura específica pode promover alterações na sua identidade, tendo como perspectiva a visão dos torcedores. Contribuindo para pensarmos nessa questão, para Hall (2011), a identidade está profundamente envolvida no processo de representação. Partindo da premissa de que as identidades estão localizadas no espaço e no tempo simbólico, cada torcedor[94] projeta sua imagem no clube de maneira diferente.

Por meio das entrevistas analisadas na cidade de Betim com os torcedores que acompanharam o clube no breve período, de janeiro a novembro em que esteve na cidade, percebi o quanto o futebol é relevante para os membros da sua comunidade. Os relatos dos entrevistados remetem não somente ao futebol espetacularizado, mas às formas mais diversas de vivenciar o futebol enquanto lazer. Parece ter havido em Betim uma apropriação do clube num sentido territorial. O clube se estabeleceu em um bairro da periferia do município e, por meio de uma boa relação com a comunidade, fundou um envolvimento que conectou torcedor e clube.

Esse envolvimento faz referência à construção de laços de identidade a partir da relação com o lugar, ou seja, do afeto pelo espaço físico. Essa relação é marcante no sentido de que toda a organização e mobilização da torcida se deram a

[94] Refiro-me aqui ao torcedor de Ipatinga e ao torcedor de Betim, que se veem enquanto torcedores do clube, que tem sua origem em um determinado lugar e com um passado com ligações e histórias distintas com o time.

partir do bairro onde o clube se instalou. Isso fica evidente observando-se as viagens para torcer nas cidades quando o clube era mandante que tinham como ponto de partida o bairro.

Na pesquisa realizada com os gestores municipais e o gestor do clube, as entrevistas apontaram para direções opostas no entendimento do financiamento do futebol. Se, por um lado, o gestor do clube entende que as prefeituras devem fornecer subsídios financeiros à sua instituição, os gestores municipais são enfáticos e afirmam que os gastos com dinheiro público não devem ser destinados ao futebol profissional.

Contudo, como outras formas de incentivo ao esporte, ambos os gestores declararam apoio ao futebol amador de suas cidades, afirmando gastos públicos com as ligas que administram essa modalidade do futebol.

Na tentativa de elucidar os motivos que fizeram do Ipatinga FC um clube itinerante, encontrei evidências de uma grande dependência do erário público em virtude de os documentos analisados apontarem para elevadas transferências de recursos financeiros durante o período em que, coincidentemente, o clube figurou entre os melhores clubes do estado e pelas divisões principais do futebol brasileiro.

É possível que uma administração ineficiente, juntamente com a ausência desses recursos públicos provenientes da prefeitura da cidade de Ipatinga, sejam as razões da crise financeira vivida pela agremiação, em virtude dessa dependência e certa acomodação.

Já, na cidade de Betim, parece que algumas promessas de apoio financeiro por parte da prefeitura de Betim não foram cumpridas. Conforme relatado pelo gestor municipal de Ipatinga, o clube não gozava de boa reputação na cidade. Assim pode ser que essa imagem tenha se deflagrado, influenciando negativamente a decisão das empresas da cidade de Betim em não fornecerem patrocínio e, consequentemente, associarem sua imagem à do clube.

Com relação às novas configurações do cenário esportivo nas cidades, os dados evidenciam para a abertura de novas possibilidades de torcer. Coincidentemente, quando o clube abandona a cidade, parece deixar uma lacuna, um espaço aberto, para a incorporação de novas formas de torcer. Assim, para preencher esse aparente espaço deixado, foram criados clubes em Betim e em Ipatinga, ambos fazendo alusão ao nome da cidade.

As novas equipes que surgiram nas cidades estudadas, mesmo se apresentando como alternativa para os torcedores, pareceram demostrar uma iniciativa um pouco forçosa conforme foi exposto pelos sujeitos entrevistados na pesquisa. Durante as entrevistas não foram obtidas informações que pudessem subsidiar os motivos pelos quais esses novos clubes não se constituíram como representativos para os torcedores.

Em resumo, concluo que, com base nas informações coletadas nas duas cidades, os clubes de futebol são representativos na forma de expressão dos sentimentos que os torcedores apresentam com seus lugares e territórios. Em Ipatinga, o clube era e continua sendo uma marca importante de pertencimento territorial que tem no clube um instrumento que reforça esses laços de pertencer.

Em Betim, o bairro em que o clube se instalou parece ter possibilitado uma conexão mútua que permitiu um grande envolvimento dos torcedores e a formação de uma identidade com o time que envolvia grande parte da comunidade, principalmente nos finais de semana contribuindo para reforçar os laços afetivos com o local onde moram.

Sobre o financiamento do futebol, as dificuldades encontradas para referenciar o estudo sob o ponto de vista do apoio institucional ao esporte nos âmbitos municipal e estadual merecem destaque.

Apesar do papel de protagonista que o futebol tem desempenhado nas discussões acerca da organização administrativa do esporte no Brasil, mais estudos devem ser dedicados ao entendimento dessas relações em contextos diferentes.

Portanto, no que tange à investigação das relações econômicas marcadas por um reordenamento do futebol, bem como as ligações territoriais e de pertencimento que os torcedores estabelecem com seus clubes e lugares, considero importante a necessidade de ampliação do presente estudo investigando outros clubes e outros contextos.

REFERÊNCIAS

ALVES, Janael da Silva. *A influência de um time de futebol em uma economia local*: investimentos públicos e a percepção da população. 2014, 86p. Dissertação (Mestrado em Gestão Pública e Sociedade ─ Universidade Federal de Alfenas, Alfenas.

ALVES, Janael da Silva; REZENDE, Marcelo Lacerda. Antropologia esportiva, o município de Varginha e o time de futebol Boa Esporte Clube: trajetória, encontro,(des)identificação afetiva e relação econômica. In: III SEMINÁRIO INTERNACIONAL DO NEPESS. (GT 4 – CLUBES, HISTÓRIAS E MEMÓRIAS) 2013, Niterói, *Anais.* Niterói: UFF, 2013.

ALVITO, Marcos. A parte que te cabe neste latifúndio: o futebol brasileiro e a globalização*.* Análise Social, v. 41, n. 179, , p.451-74 2006.Disponível em: <http://www.scielo. oces.mctes.pt/pdf/aso/n179/n179a07.pdf> Acesso em: 26 nov. 2014.

BARDIN, Laurence. *Análise de conteúdo*. São Paulo: Edições 70, 2011.

BOURDIEU, Pierre. *A distinção crítica social do julgamento*. Zouk. Porto Alegre, 2007.

BRASIL. Lei n. 9.615, de 24 de março de 1998. Institui normas gerais sobre desporto e dá outras providências. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L9615consol.htm >. Acesso em: 13 de maio 2014.

CAMPOS, Fernando Rosseto Gallego. *A construção do espaço de representação do futebol, em Curitiba-PR.* 2006, 228 pag. Dissertação (Mestrado em Geografia) ─ Programa de Pós-Graduação em Geografia, Setor de Ciências da Terra da Universidade Federal do Paraná. Curitiba.

CAMPOS, Flavio; TOLEDO, Luiz Henrique. O Brasil na arquibancada: notas sobre a sociabilidade torcedora. *REVISTA USP* - São Paulo, n. 99, p. 123-38; set./out.nov. 2013.

CAMPOS, Priscila Augusta Ferreira. *Mulheres torcedoras do Cruzeiro Esporte Clube presentes no Mineirão.* 2010, 144 p. Dissertação (Mestrado em Lazer) – Escola de Educação Física, Fisioterapia e Terapia Ocupacional, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte.

CAMPOS, Priscila Augusta Ferreira et al. As determinações do estatuto de defesa do torcedor sobre a questão da violência: a segurança do torcedor de futebol na apreciação do espetáculo esportivo. Revista Brasileira de Ciências do Esporte, Florianópolis, SC, v. 30, n. 1, set. 2008. ISSN 2179-3255. Disponível em: <http://revista.cbce.org.br/index.php/RBCE/article/view/188/195>. Acesso em: 21 jun. 2015.

CASTILHO, Alessandra; MIAN, Mariella Batarra. Gestão de marcas nas mídias sociais Desafio real no contexto virtual. In: III CONFERÊNCIA BRASILEIRA DE ESTUDOS E COMUNICAÇÃO E MERCADO. 2013, São Paulo. *Anais...* São Paulo: UNASP, 2013.

CÉSAR, Benedito Tadeu. *Os gaviões da fiel e a águia do capitalismo*. 1982, 218 p. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social), IFCH/UNICAMP / Antropologia Social. Campinas

COUTO, Euclides de Freitas. Os primórdios do futebol em Belo Horizonte. Aspectos do pertencimento clubístico (1908-1927) In: SILVA, S. R.; DEBORTOLI, J. A. O; SILVA, T. F (Orgs.). Futebol nas Gerais. . Belo Horizonte, Editora UFMG, 2010, p. 111-128.

CRUZ, Antonio. H.O. *A virada econômica do futebol:* observações a partir do Brasil, Argentina e uma Copa do Mundo. 2010, 228 p. (Doutorado em Antropologia Social) ─ Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social, Museu Nacional, da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro.

CURI, Martin; ALVES JUNIOR, Edmundo de Drummond; MELO, Igor Alves; ROJO, Luiz Fernando; FERREIRA, Melina Aurora Terra; SILVA, Robson Campaneruti. Observatório do torcedor: o estatuto. *Revista Brasileira de Ciências do Esporte*, Campinas, v. 30, n. 1, p. 25-40, set. 2008.

DAMO, Arlei Sander. Produção e consumo de megaeventos esportivos – apontamentos em perspectiva antropológica*.* Escola Superior de Propaganda e *Marketing*. *Revista Comunicação, Mídia e Consumo*, São Paulo, v. 8, n. 21, p.67-92, 2011.

DAMO, Arlei Sander. O desejo, o direito e o dever – A trama que trouxe a Copa ao Brasil. *Revista Movimento*, Porto Alegre, v. 18, n. 1, p. 41-81), 2012.

DAMO, Arlei Sander. *Do dom a profissão*. Uma etnografia do futebol de espetáculo a partir da formação de jogadores no Brasil e na França. 2005, 435p. Tese (Doutorado em Antropologia Social) ─ Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre.

DAMO, Arlei Sander. *Para o que der e vier* – O pertencimento clubístico no futebol brasileiro a partir do Grêmio Foot-Ball Porto Alegrense e seus torcedores. 1998, 241 p. Dissertação (Mestrado Antropologia Social) Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.

DANIELSON, Michael N. Professional sports and the ametropolis*.*. Princeton: Princeton University Press 1997. Disponível em <http://books.google.com.br/books/p/princeton?id=18Kgy271gWIC&printsec=frontcover&hl=pt-BR&source=gbs_ViewAPI&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false> Acesso em: 02 fev.2015.

DANTAS, Eugênia Maria; MORAIS, Ione, R. D. *Território e territorialidade:* abordagens conceituais*. João Pessoa:* UFRN/UEPB. 2008.

DAOLIO, Jocimar. *Cultura*: educação física e futebol. 3. ed. rev. São Paulo: Unicamp, 2006.

DEBORD, GUY. *A sociedade do espetáculo*. Prefácio à 4ª edição italiana de A sociedade do espetáculo. Comentários sobre a sociedade do espetáculo. Trad. Estela dos Santos Abreu. Rio de Janeiro: Contraponto, 2003.

DUARTE, Haroldo Augusto da Silva Teixeira. Comentários às disposições de responsabilidade civil da Lei n. 10.671/03. (Estatuto de Defesa do Torcedor). *Jus Navigandi,* Teresina, v. 9, n. 206, 28 jan. 2004. Disponível em: <http://jus.com.br/artigos/4726/comentarios-as-disposicoes-de-responsabilidade-civil-da-lei-n-10-671-03#ixzz3PkghLhPw>. Acesso em: 24 jan. 2015.

FRYDENBERG, Julio. *Historia social del fútbol*. Del amateurismo a la profesionalización. Buenos Aires: Siglo Veintuno, 2011.

GASTALDO, Edison. O complô da torcida: futebol e performance masculina em bares. *Horizontes Antropológicos*, Porto Alegre, v. 11, n. 24, p. 107-23, jul./dez. 2005a.

GASTALDO, Edison. Uma arquibancada eletrônica: reflexões sobre futebol, mídia e sociabilidade no Brasil. Revista de antropologia social, Campos, v. 6. p. 113-123, 2005b.

GIGLIO, Sergio Settani. *Futebol*: mitos, ídolos e heróis. 2007, 162 p. Dissertação (Mestrado em Educação Física) ─ Programa de Pós-Graduação da Faculdade de Educação Física da Universidade Estadual de Campinas, Campinas.

GIULIANOTTI, Richard. *Sociologia do futebol*: dimensões históricas e socioculturais do esporte das multidões. São Paulo: Nova Alexandria, 2010.

GIULIANOTTI, Richard; ROBERTSON, Roland. Mapping the global football field: a sociological model of transnational forces within the world game*.* The British Journal of Sociology, London, v. 63, issue 2, , 2012.

GIULIANOTTI, Richard; ROBERTSON, Roland. *Globalization and football.* . Los Angeles: Sage, 2009.

GOMES, Christiane. L. Lazer – Concepções. In: GOMES, C. L. (Org.) *Dicionário crítico do lazer*. Belo Horizonte: Autêntica, 2004, p.119-25.

GUTERMAN, Marcos. *O futebol explica o Brasil.* Uma história da maior expressão popular do País. São Paulo: Contexto, 2009.

HAESBAERT, Rogério. *O mito da desterritorialização*. Do fim dos territórios à multiterritorialidade. 6. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2011.

HAESBAERT, Rogério. Territórios e multiterritorialidade: um debate*. Revista GEOgraphia*, v.9, n. 17, 2007.

HALL, Stuart; WOODWARD, Kathryn; SILVA, Tomaz Tadeu (Org.) *Identidade e diferença.* A perspectiva dos estudos culturais.. Petrópolis: Vozes, 2009.

HALL, Stuart. *Identidade cultural na pós-modernidade* (11. ed.. DA SILVA T. T. e LOURO, G. L. (Trad.). Rio de Janeiro: DP&A, 2011. (Obra original publicada em 1992).

LLOPIS GOIG, Ramón. Clubes y seleciones nacionales. La dimension etnoterritorial del fútbol español*. Revista Internacional de Sociologia*, v.. 54, n. 45, 2006.

HELAL, Ronaldo. *Passes e impasses:* futebol e cultura de massa no Brasil. Rio de Janeiro: Vozes, 1997.

IASBECK, Luiz Carlos Assis. Imagem e reputação na gestão da identidade organizacional. *Revista Organicom*, v. 4, n. 7, 2007.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade, *Metodologia do trabalho científico***.** São Paulo: Atlas, 2007.

LINHALES, Meily Assbú; LOPES, Tarcila Bretas; COSTA, Luciana Cirino Lages Rodrigues; LIMA, Cássia Daniele Monteiro; PEREIRA, Thiago Marques. Esporte e lazer na Grande BH. Por onde andam as gestões públicas? In: ISAYAMA, Helder Ferreira e LINHALES, Meily Assbú (Orgs). *Avaliação de políticas e políticas de avaliação*. Questões para o esporte e o lazer. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2008, p. 13-57.

LINHALES, Meily Assbú. Jogos da política, jogos do esporte. In: MARCELLINO, Nelson Carvalho (Org.). *Lazer e esporte*: políticas públicas. 2. ed. Campinas, SP. Autores Associados, 2001.

MARANDOLA JR, Eduardo; DAL GALO, Priscila Marchiori. Ser migrante: implicações territoriais e existenciais da migração. *Revista Brasileira de Estudos Populares*, Rio de Janeiro, v.17, n.2, p.407-24, jul./dez. 2010.

MASCARENHAS, Fernando; SILVA, Silvio Ricardo; SANTOS, Mariângela Ribeiro. Lulismo e futebol: os discursos de um torcedor presidente. *Revista Movimento*, Porto Alegre, v. 20, n. 2, p. 495-517, abr./jun. 2014.

MASCARENHAS, Fernando. *Entre o ócio e o negócio*: teses acerca da anatomia do lazer. 2005, número de folhas. Tese (Doutorado em Educação Física) ─ Programa de Pós-Graduação em Educação Física da Universidade Estadual de Campinas , 2005.

MEZZADRI, Fernando. As possíveis interferências do estado na estrutura do futebol brasileiro*.* In: RIBEIRO, Luiz (Org.). *Futebol e globalização*. Jundiaí: Fontoura, 2007, p. inicial e final.

MEZZADRI, Fernando; PRESTES, Saulo Esteves de Camargo; CAPRARO, André Mendes; CAVICHOLLI, Fernando Renato; MARCHI JÚNIOR, Wanderley. As interferências do Estado brasileiro no futebol e o estatuto de defesa do torcedor. *Revista Brasileira de Educação Física e Esporte*, São Paulo , v. 25, n. 3, p.407-16, jul./set. 2011.

MINAYO, Maria Cecília; DESLANDES, Suely Ferreira; NETO, Otávio Cruz; GOMES, Romeu. *Pesquisa social.* Teoria, método e criatividade, Petrópolis: Vozes, 2002.

MOURA, Rodrigo Bagni. O amadorismo, o profissionalismo, o sururus e outras tramas – o futebol em Belo Horizonte na década de 1930*.* In: SILVA, S. R; DEBORTOLI, J. A. O; SILVA, T. F. (Orgs). *O futebol nas gerais*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2012, p.147-163.

NASCIMENTO, Antônio Rodrigues. *Futebol e relação de consumo.* Barueri: Manole, 2013.

PRONI, Marcelo Weishaupt. *A metamorfose do futebol.* Campinas: UNICAMP, IE, 2000.

PRONI, Marcelo Weishaupt. *Esporte-espetáculo e futebol-empresa. 1998,* 275p. Tese (Doutorado em Educação Física) ─ FEF, Campinas.

PRONI, Marcelo Weishaupt; ZAIA, Felipe Henrique. *Gestão* empresarial num mundo globalizado. In: RIBEIRO, Luiz (Org.) *Futebol e globalização.* Jundiaí: Fontoura, 2007, p. inicial e final.

REIS, Heloisa H. B. *Futebol e sociedade*: as manifestações da torcida. 1998, 164p. Tese (Doutorado em Educação Física) – Faculdade de Educação Física, Universidade Estadual de Campinas, Campinas.

REVISTA Placar, n. 1.046, 06 de julho de 1990, p. 19 Disponível em:< http://books.google.com.br/books/about/Placar_Magazine.html?hl=pt-BR&id=d56JbaWqaTQC> Acesso em: 12 set. 2014.

RIBEIRO, Luiz Carlos. Política, futebol e as invenções do Brasil. *Revista de História Regional, v.* 17, n. 2, p. 347-377, 2012.

SANTOS, Joel Rufino dos. *História política do futebol brasileiro*. São Paulo: Brasiliense, 1981.

SANTOS, Mariângela Ribeiro. O futebol na agenda do governo Lula: um salto de modernização (conservadora) rumo à Copa do Mundo de 2014. 2011, 222p. Dissertação (Mestrado em Educação Física) ─ Programa de Pós-Graduação em Educação Física. Universidade de Brasília, Brasília.

SENHORAS, Elois. Diplomacia da Bola e o uso do esporte na política externa brasileira. Selected Works, 2014. Disponível em: <http://works.bepress.com/cgi/viewcontent.cgi?article=1459&context=eloi> Acesso em: 15 mar. 2015.

SILVA, Tiago Felipe. *O futebol no interior de Minas Gerais:* os significados do torcer pelo Esporte Clube Democrata. 2011, 95p. Dissertação (Mestrado em Lazer) – Escola de Educação Física, Fisioterapia e Terapia Ocupacional, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte.

SILVA. Silvio. R. *Tua imensa torcida é bem feliz:* da relação do torcedor com o clube.2001, 142p. Tese (Doutorado em Educação Física) ─Faculdade de Educação Física – Universidade Estadual de Campinas, Campinas.

SILVA, Silvio. R. *et al.* Torcedores organizados em Belo Horizonte. In: SILVA, S. R.; DEBORTOLI, J. A. O.; SILVA, T. F.. (Orgs) *O futebol nas gerais*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2012, p. 23-47.

SOUZA, Alessandro; LUBISCO, Marcelo. Sport Club Internacional - Estratégia de *marketing* de relacionamento com seus sócios: a filosofia Alma Colorada. Estudo de caso. *Think*, Porto Alegre, v. 4, n. 2, p. 112-118, jul./dez. 2006.

SOUZA NETO, Georgino Jorge. *A invenção do torcer em Bello Horizonte*: da assistência ao pertencimento clubístico (1904-1930). 2010, 134p. Dissertação (Mestrado em Lazer) – Escola de Educação Física, Fisioterapia e Terapia Ocupacional da Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte .

TOLEDO, Luiz Henrique. *Lógicas no futebol*. Dimensões simbólicas de um esporte nacional. 2000a, 341pag. Tese (Doutorado em Antropologia Social) – Universidade de São Paulo, São Paulo.

TOLEDO, Luiz Henrique. *No país do futebol*. São Paulo: Zahar, 2000b.

TRIPODI, Tony; FELLIN, Phillip; MEYER, Henry. *Análise da pesquisa social.* Tradução Geni Hirata. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1975.

TUAN, Yi.-Fu. *Topofilia*: um estudo da percepção, atitudes e valores do meio ambiente. Trad. Lívia de Oliveira. São Paulo: Difel, 1980.

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

VERONEZ, Luiz Fernando Camargo. Quando e Estado joga a favor do privado: as políticas de esporte após a Constituição Federal de 1998. 2005, 370p. Tese (Doutorado em Educação Física) ─ Faculdade de Educação Física da Universidade Estadual de Campinas. Campinas.

ZIRIN, Dave. What is my name, Fool?: Sports and resistance in the United States. Chicago, Haymarket Books: 2005. Disponível em <http://books.google.com.br/books?id=Kcvk1y7TP_4C&printsec=frontcover&hl=pt-BR&source=gbs_ge _summary_r&cad= 0#v=onepage&q&f=false> Acesso em: 13 jun. 2014.

BRASIL. Lei n. 6.251, de 08 de outubro de 1975. Institui normas gerais sobre desporto e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/1970-1979/L6251.htm> Acesso em 13 de maio de 2014.

BRASIL. Lei n. 6.354, de 02 de setembro de 1976. Dispõe sobre as relações de trabalho do atleta profissional de futebol e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/CCIVIL_03/leis/L6354.htm> Acesso em: 25 de fevereiro de 2015.

BRASIL. Decreto-Lei nº 80.228, de 25 de agosto de 1977. Institui normas gerais sobre desportos e dá outras providências. Disponível em: < http://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1970-1979/decreto-80228-25-agosto-1977-429375-publicacaooriginal-1-pe.html> Acesso em: 10 de março de 2015.

BRASIL. Lei n. 12.395, de 16 de março de 2011. Altera as Leis nos 9.615, de 24 de março de 1998, que institui normas gerais sobre desporto, e 10.891, de 9 de julho de 2004, que institui a Bolsa-Atleta; cria os Programas Atleta Pódio e Cidade Esportiva; revoga a Lei nº 6.354, de 2 de setembro de 1976; e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/l12395.htm> Acesso em: 23 de março de 2015.

BRASIL. Lei n. 9.940, de 21 de dezembro de 1999. Altera dispositivo da Lei no 9.615, de 24 de março de 1998, que "institui normas gerais sobre desporto e dá outras providências". Disponível em: <http://www.jusbrasil.com.br/topicos/11784488/lei-n-9940-de-21-de-dezembro-de-1999> Acesso em: 12 de março de 2015.

BRASIL. Lei n. 9.981, de 14 de julho de 2000. Altera dispositivos da Lei nº 9.615, de 24 de março de 1998, e dá outras providências. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9981.htm> Acesso em: 19 de fevereiro de 2015.

BRASIL. Lei n. 10.671 de 15 de maio de 2003. Dispõe sobre o Estatuto de Defesa do Torcedor e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2003/L10.671.htm> Acesso em: 19 de fevereiro de 2015.

BRASIL. Decreto-lei n. 3.199, de 14 de abril de 1941. Estabelece as bases de organização dos desportos em todo o país. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/1937-1946/Del3199.htm> Acesso em: 21 de janeiro de 2015.

BRASIL. Lei n. 11.345, de 14 de setembro de 2006. Dispõe sobre a instituição de concurso de prognóstico destinado ao desenvolvimento da prática desportiva, a participação de entidades desportivas da modalidade futebol nesse concurso e o parcelamento de débitos tributários e para com o Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS; altera as Leis nos 8.212, de 24 de julho de 1991, e 10.522, de 19 de julho de 2002; e dá outras providências. Disponível em: <

http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/2006/Lei/L11345.htm> Acesso em: 21 de janeiro de 2015.

IPATINGA. Decreto n. 5.285, de 18 de abril de 2005. Declara ponto facultativo nas repartições públicas municipais em virtude das comemorações da conquista do campeonato pelo Ipatinga Futebol Clube. Disponível em: <http://www.ipatinga.mg.gov.br/abrir_arquivo.aspx/Decreto_5285_2005?cdLocal=5&arquivo={B8DEE4BC-DEAE-C64B-C3AD-03D3EA3B7ACD}.pdf> Acesso em: 13 de maio de 2015.

IPATINGA. Lei n. 2.439, de 17 de abril de 2008. Institui e inclui no calendário oficial de eventos do Município de Ipatinga, o Dia do Torcedor do Ipatinga Futebol Clube. Disponível em: <http://www.ipatinga.mg.gov.br/abrir_arquivo.aspx/Lei_2439_2008?cdLocal=5&arquivo={C84DB2B2-DAA3-A52C-CDAC-C54EAA3A3441}.pdf> Acesso em: 17 de maio de 2015.

BRASIL. MP n. 656, de 07 de outubro de 2014. Reduz a zero as alíquotas da Contribuição para o PIS/PASEP, da COFINS, da Contribuição para o PIS/Pasep-Importação e da Cofins-Importação incidentes sobre a receita de vendas e na importação de partes utilizadas em aerogeradores, prorroga benefícios, altera o art. 46 da Lei nº 12.715, de 17 de setembro de 2012, que dispõe sobre a devolução ao exterior ou a destruição de mercadoria estrangeira cuja importação não seja autorizada, e dá outras providências. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/Mpv/mpv656.htm> Acesso em: 13/04/2015.

BRASIL. MP n. 671, de 19 de março de 2015. Institui o Programa de Modernização da Gestão e de Responsabilidade Fiscal do Futebol Brasileiro, dispõe sobre a gestão temerária no âmbito das entidades desportivas profissionais, e dá outras providências. Disponível em: <http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=1050558> Acesso em: 13/04/2015.

IPATINGA. Lei n. 1.812, de 18 de dezembro de 2000. Declara de Utilidade Pública o Ipatinga Futebol Clube. Disponível em <http://www.ipatinga.mg.gov.br/abrir_arquivo.aspx/Lei_1812_2000?cdLocal=5&arquivo={EABBAD75-AB64-ACC5-E42E-810CCE77D18D}.pdf> Acesso em: 28/12/2014.

APÊNDICES

Universidade Federal de Minas Gerais
Escola de Educação Física, Fisioterapia e Terapia Ocupacional
Grupo de Estudos sobre futebol e torcidas – GEFuT
Pesquisa: Itinerante Futebol Clube: A desconstrução do torcer e as relações entre os clubes e as torcidas. (Nível: mestrado)
Responsáveis: Silvio Ricardo da Silva / Alexandre Francisco Alves
Av. Presidente Antônio Carlos, 6627 – Campus Pampulha.
Tel. 34092345 / 88550297 – gefutufmg@gmail.com

APÊNDICE A

Dados do Torcedor – Ipatinga
1. Nome: _____2. Idade_____
3. Escolarização (o que já completou)
( ) Pós-Graduação / ( ) Graduação / ( ) Ensino Médio / ( ) Ensino Fundamental /
( ) Nenhuma
4. Estado Civil: ( ) Solteiro ( ) Casado ( ) Viúvo ( ) Divorciado
( ) Outro: _____
5. Tem ocupação profissional: ( ) Sim Qual_____
( ) Não / ( ) Estudante ( ) Aposentado
6. Renda mensal (aproximada): _____
7.Torce ou considera-se torcedor de algum clube? ( ) Sim Qual?_____
( ) Não Obs. _____
Relacionamento com o Ipatinga Futebol Clube antes da mudança para Betim
8. Qual sua frequência de ida aos jogos na cidade antes da mudança para Betim:
( ) Sempre / ( ) Frequentemente / ( ) Raramente / ( ) Nunca
9. Qual sua frequência de ida aos jogos em viagens em outras localidades antes da mudança para Betim:
( ) Sempre / ( ) Frequentemente / ( ) Raramente / ( ) Nunca
10. Comprava produtos do clube (camisas, produtos licenciados, chaveiros, souvenires) ( ) sim_____ ( ) Não
11. Participava de torcida organizada: ( ) Sim Qual:_____ ( ) Não
12. Ajudou o clube financeiramente de maneira direta ( ) sim_____( ) Não
13. Como conheceu o Ipatinga Futebol Clube? _____
_____

14. Quando começou a acompanhar a equipe?
_____

Relacionamento com o Ipatinga Futebol Clube pós-mudança

15. Como você reagiu à mudança do clube para a cidade de Betim?

( ) Continuou torcendo pelo IFC ( ) Não quis saber mais do time ( ) Indiferente

( ) Começou a torcer por outro clube na cidade Outros:_____

16. Com a saída do clube da cidade, você sentiu a necessidade da criação de uma nova equipe? ( ) sim ( ) não Porque?_____

_____

17. O que você achou da criação de outro clube que leva também o nome da cidade, no caso o Novo Esporte Ipatinga?

( ) Muito Bom ( ) Bom ( ) Indiferente ( )Ruim

Obs:_____

_____

Relacionamento com o Ipatinga Futebol Clube pós-retorno para a cidade

18. O que você achou do retorno do clube para a cidade de Ipatinga?

( ) Muito Bom ( ) Bom ( ) Indiferente ( )Ruim

Obs:_____

_____

19. Após o retorno do clube para a cidade, você voltou a torcer pelo time?

( ) sim ( ) não Por que?_____

_____

20. Você é a favor de uma parceria entre a Prefeitura e os clubes de futebol?

( ) sim ( ) não Por que?_____

_____

Você aceitaria, em outro momento, ser contatado (a) para uma entrevista com o objetivo de dar continuidade a essa pesquisa? ( ) Sim ( ) Não

Telefone para contato:_____ E-mail: _____

É necessária sua assinatura para validação do formulário.

_____

Muito Obrigado

Universidade Federal de Minas Gerais
Escola de Educação Física, Fisioterapia e Terapia Ocupacional
Grupo de estudos sobre futebol e torcidas – GEFuT
Pesquisa: Itinerante Futebol Clube: A desconstrução do torcer e as relações entre os clubes e as torcidas. (Nível: mestrado)
Responsáveis: Silvio Ricardo da Silva / Alexandre Francisco Alves
Av. Presidente Antônio Carlos, 6627 – Campus Pampulha.
Tel. 34092345 / 88550297 – gefutufmg@gmail.com

APÊNDICE B

ROTEIRO DE ENTREVISTA - TORCEDOR BETIM(MG)

1. Torce ou considera-se torcedor de alguma equipe? Qual?
2. Qual sua relação com o Betim EC?
    a. Frequência de ida aos treinos
    b. Frequência de ida aos jogos
    c. Ida a viagens acompanhando o time
    d. Comprava produtos do clube (camisas, produtos licenciados)
    e. Participava de alguma torcida organizada
    f. Alguma ajuda financeira diret;
3. Como era a rotina de saída para assistir aos jogos do clube, já que o Betim EC não mandava os jogos na cidade de Betim?
4. Conhecia o time (Ipatinga FC) antes de se tornar Betim EC?
5. Por que passou a acompanhar o time?
6. Antes da mudança para Betim, alguma vez já tinha ido aos jogos do Ipatinga FC?
7. Qual o significado do Betim EC pra você?
8. O que acha da vinda de um clube desse porte para a cidade?
9. O que você achou do retorno do clube para a cidade de Ipatinga?
10. Após o retorno do clube para a cidade de Ipatinga, continuou acompanhando o time? Como?
11. Você é a favor de uma parceria entre a prefeitura e os clubes de futebol?
12. Com a saída do Betim EC da cidade, você sentiu a necessidade da criação de uma nova equipe?
13. Após a saída do Betim Esporte Clube da cidade, foi criado um clube com o nome de Futebol Clube Betinense. O que você achou da criação do desse clube?

    Você acredita que um clube de futebol pode representar uma importante opção de lazer para a população? Como?

Universidade Federal de Minas Gerais
Escola de Educação Física, Fisioterapia e Terapia Ocupacional
Grupo de Estudos sobre futebol e torcidas – GEFuT
Pesquisa: Itinerante Futebol Clube: A desconstrução do torcer e as relações entre os clubes e as torcidas. (Nível: mestrado)
Responsáveis: Silvio Ricardo da Silva / Alexandre Francisco Alves
Av. Presidente Antônio Carlos, 6627 – Campus Pampulha.
Tel. 34092345 / 88550297 – gefutufmg@gmail.com

APÊNDICE C

ROTEIRO DE ENTREVISTA - GESTOR DO CLUBE

1. Nome:
2. Idade:
3. Profissão:
4. Estado civil:
5. Escolaridade:
6. Perfil socioeconômico/renda mensal:
7. Função/cargo ocupado no clube:
8. O que motivou o Ipatinga FC a deixar a cidade?
9. Por que a escolha da cidade de Betim?
10. Foi firmado algum tipo de convênio ou parceria com a prefeitura?
11. Quais as dificuldades encontradas na cidade de Betim?
12. Qual sua percepção sobre as parceiras entre os clubes e as prefeituras?
13. Por que o time retornou para a cidade de Ipatinga?
14. Qual a sua percepção sobre a criação de uma nova equipe na cidade de Ipatinga, no caso o Novo Ipatinga FC, que também utiliza o nome da cidade?
15. Como era antes e com está atualmente a relação da torcida com o clube?

Universidade Federal de Minas Gerais
Escola de Educação Física, Fisioterapia e Terapia Ocupacional
Grupo de Estudos sobre futebol e torcidas – GEFuT
Pesquisa: Itinerante Futebol Clube: A desconstrução do torcer e as relações entre os clubes e as torcidas. (Nível: mestrado)
Responsáveis: Silvio Ricardo da Silva / Alexandre Francisco Alves
Av. Presidente Antônio Carlos, 6627 – Campus Pampulha.
Tel. 34092345 / 88550297 – gefutufmg@gmail.com

APÊNDICE D

ROTEIRO DE ENTREVISTA - GESTORES MUNICIPAIS

1. Nome:
2. Idade:
3. Profissão:
4. Estado civil:
5. Escolaridade:
6. Perfil socioeconômico/renda mensal:
7. Função/cargo na prefeitura:
8. Como se deu a relação entre o Betim Esporte Clube / Ipatinga Futebol Clube a prefeitura?
9. Houve algum incentivo do poder público, como forma de parceria?
10. Em sua opinião, existe alguma inconveniência, seja ela financeira ou de planejamento para a própria prefeitura firmar parceria com algum clube de futebol?
11. Você acredita que um time de futebol é importante como uma opção de lazer para os moradores da cidade?
12. Você considera que uma equipe de futebol que leva o nome da cidade é importante para o município? De que forma?
13. No caso de uma parceira, que contrapartida se pode esperar de um clube de futebol?
14. Em sua opinião, que razões levaram o Betim Esporte Clube a retornar para a cidade de Ipatinga?
15. Qual sua opinião sobre a criação do Futebol Clube Betinense, essa nova equipe que carrega o nome das pessoas nascidas no município? (Gestor de Betim)

    Qual sua opinião sobre a criação do Novo Esporte Ipatinga, essa nova equipe que carrega o nome da cidade? (Gestor de Ipatinga)