

JEFFERSON NICÁSSIO QUEIROGA DE AQUINO

**O TORCER NO FUTEBOL COMO POSSIBILIDADE DE LAZER E
VÍNCULO IDENTITÁRIO PARA TORCEDORES DE AMÉRICA-MG,
ATLÉTICO-MG E CRUZEIRO**

BELO HORIZONTE

2017

JEFFERSON NICÁSSIO QUEIROGA DE AQUINO

**O TORCER NO FUTEBOL COMO POSSIBILIDADE DE LAZER E
VÍNCULO IDENTITÁRIO PARA TORCEDORES DE AMÉRICA-MG,
ATLÉTICO-MG E CRUZEIRO**

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

Orientador: Prof. Dr. Silvio Ricardo da Silva

BELO HORIZONTE

2017

AGRADECIMENTOS

À minha esposa Larissa, por estar comigo nesta caminhada desde o início sempre me apoiando e incentivando, participando de todos os momentos da minha caminhada neste processo de formação e principalmente pelo amor, paciência e companheirismo nos momentos mais difíceis. À minha mãe, irmã, irmão por estarem sempre apoiando. Ao meu pai, pelo exemplo de luta e vontade de viver.

À minha família, pelo apoio e compreensão pelos momentos de ausência.

Ao Silvio, por ter aceitado me orientar na execução desta pesquisa.

Ao meu primo Luiz, por toda a ajuda durante o processo, desde as dicas para a escrita do projeto para a seleção até as últimas correções do trabalho do final.

Aos amigos e amigas do GEFuT, pela paciência e contribuições para qualificação do trabalho.

À todos que me ajudaram no período de coleta de dados nos estádios, Larissa, Luiz, Rafaela, Pedro, Pablo, Aline, TJ, Tio Phil, Cambará e Diego.

Aos professores Dr. Cléber Augusto Gonçalves Dias e Dr. Bruno Otávio de Lacerda Abrahão, por terem aceitado participar como pareceristas do projeto e terem contribuído com sugestões para a melhoria da pesquisa. Ao Dr. César Teixeira Castilho por aceitar participar da banca de defesa.

Ao programa de pós graduação interdisciplinar em Estudos do Lazer.

À CAPES que me contemplou com uma bolsa de estudos para a execução da pesquisa.

RESUMO

O futebol e o torcer são elementos importantes da cultura brasileira e se instituíram na cidade de Belo Horizonte desde o início do século passado. Dessa forma, como parte da cultura do belo-horizontino, são também responsáveis pela construção identitária desta população, destacando-se também como importante opções de lazer. O objetivo do presente estudo foi investigar o vínculo identitário e de lazer dos torcedores de América, Atlético e Cruzeiro – clubes sediados na cidade de Belo Horizonte e participantes da série A do Campeonato Brasileiro de futebol no ano de 2016. Especificamente, buscou-se identificar e comparar o perfil dos torcedores organizados e torcedores comuns, identificar as suas práticas de lazer enquanto frequentadores dos estádios de futebol na cidade de Belo Horizonte e analisar a assistência ao futebol enquanto prática de lazer dos mesmos. Para isso, foi desenvolvida uma pesquisa de campo composta por duas partes, sendo a primeira uma coleta de questionários nos arredores dos estádios de Belo Horizonte e a segunda uma entrevista semiestruturada realizada com torcedores selecionados a partir dos resultados da primeira etapa. A análise dos dados dos questionários foi feita por meio de uma análise estatística descritiva e a para os dados das entrevistas foi realizada uma análise de conteúdo. Após a análise dos dados identificou-se que os torcedores organizados e torcedores comuns se diferenciam em relação à idade, estado civil e na participação de programas de sócio-torcedor, além dos primeiros possuírem um nível mais alto de identificação com o time do que os segundos. Em relação às atividades de lazer, identificou-se que os participantes da pesquisa possuem uma preferência pelo torcer e ir ao estádio para acompanharem seus times em detrimento de outras opções. A análise dos dados também permitiu identificar que o amor incondicional do torcedor pelo seu time influencia na sua dedicação e ocupação do seu tempo de lazer a esta atividade. Concluímos que a construção identitária do torcedor acontece por meio do contexto sócio-cultural em que o indivíduo está inserido e também na diferença a partir do reconhecimento do outro como rival. Inferimos também que, para os indivíduos que apresentam um alto nível de identificação com o time o torcer pode ser entendido como lazer sério. Essa pesquisa buscou fomentar a discussão no campo de estudos do lazer ao trazer a teoria do lazer sério como uma possibilidade de entendimento de determinada atividade.

Palavras-chave: Futebol. Torcedores. Identidade. Lazer.

ABSTRACT

Football and support a team are important elements of Brazilian culture and have been established in the city of Belo Horizonte since the beginning of last century. With regard to that, as part of the Belo Horizonte's culture, they are also responsible for the identity construction of this population, emphasizing as an important leisure option. The objective of this study was to investigate the identity and leisure bond of the fans of América, Atlético and Cruzeiro - clubs based in the city of Belo Horizonte and participants of 2016's A series of Brazilian Football Championship. Specifically, sought to compare the profile of organized and unorganized supporters, identify their leisure practices while attending football stadiums in the city of Belo Horizonte, and analyze football assistance as a leisure practice for them. For this, a field research was developed with two parts, the first one being a collection of questionnaires in the vicinity of Belo Horizonte's stadiums and the second a semistructured interview conducted with fans selected from the results of the first stage. The analysis of questionnaires' data was performed through a descriptive statistical analysis and the interviews' data was done a content analysis. After the analysis, it was identified that organized and unorganized supporters differ in age, marital status and participation from fan membership programs, also the former having a higher level of identification with the team than the latter. With respect of leisure activities, it was identified that the participants of the research have a preference for cheering and going to the stadium to follow their teams in the detriment of other options. The data analysis also allowed to identify that the unconditional love of the fan by their team influences in their dedication and leisure time consumption to this activity. In conclusion, the identity construction of the supporter happens through the socio-cultural context in which the individual is inserted and also in the difference from the recognition of the other as rival. We also infer that, for individuals with a high level of identification with the team, cheering can be understood as serious leisure. This research sought to foment discussion in the field of leisure studies by bringing serious leisure theory as a possibility of understanding a certain activity.

Key-words: Football. Supporters. Identity. Leisure.

LISTA DE FIGURAS

1. Lista de Figuras

Figura 1 - Estádio Independência 22

Figura 2 - Estádio Mineirão..... 23

2. Lista de Gráficos

Gráfico 1 - Frequência em atividades de lazer 41

Gráfico 2 - Como acompanha os jogos do seu time como visitante..... 42

Gráfico 3 - Acompanha discussões do time em redes sociais 43

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Jogos Coletados.....	21
Tabela 2 - Torcedores Entrevistados do América	25
Tabela 3 - Torcedores Entrevistados do Atlético	26
Tabela 4 - Torcedores Entrevistados do Cruzeiro	26
Tabela 5 - Sexo	33
Tabela 6 - Idade	34
Tabela 7 - Sócio Torcedor	35
Tabela 8 - Estado Civil.....	36
Tabela 9 - Região onde mora.....	36
Tabela 10 - Situação ocupacional.....	37
Tabela 11 - Torcida Organizada.....	37
Tabela 12 - Comparação TO X TC: Sexo	53
Tabela 13 - Comparação TO x TC: Idade	54
Tabela 14 - Comparação TO x TC: Estado Civil	54
Tabela 15 - Comparação TO x TC – Sócio Torcedor.....	54
Tabela 16 - Comparação TO x TC: Identificação com o time (EITT).....	56
Tabela 17 - Comparação TO x TC: EITT estratificada.....	58
Tabela 18 - Comparação TO x TC: Frequência ao Estádio.....	59
Tabela 19 - Escala de Identificação do Torcedor com o Time.....	63
Tabela 20 - Principal rival	67

LISTA DE SIGLAS

EITT – Escala de Identificação do Torcedor com o Time

GEFuT – Grupo de Estudos sobre Futebol e Torcidas

TC – Torcedor Comum

TO – Torcedor Organizado

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO	9
1. Introdução	11
1.1. Objetivos	18
1.1.1. Objetivo Geral	18
1.1.2. Objetivos Específicos	18
1.2. Justificativa	18
1.3. Percurso Metodológico.....	20
2. SOBRE OS TORCEDORES	29
2.1. Contextualizando a situação dos clubes durante a pesquisa.....	29
2.2. Contextualizando os torcedores pesquisados	32
2.3. O lazer dos torcedores e o torcer como atividade de lazer	38
2.4. Perfil dos Torcedores Organizados e Torcedores Comuns.....	50
2.5. Vínculo identitário dos torcedores	61
3. CONSIDERAÇÕES FINAIS	69
REFERÊNCIAS.....	72
APÊNDICES.....	77
A) Questionário	77
B) Roteiro de Entrevista	79
C) Termo de Consentimento Livre e Esclarecido.....	81

APRESENTAÇÃO

Minha chegada ao curso de Educação Física não se deu de uma forma que, talvez, seja considerada o percurso “tradicional”. Digo isso, pois, após finalizar o Ensino Médio e não ser aprovado no vestibular para o curso de Ciências Biológicas ingressei na área de Tecnologia da Informação. Comecei cursando Técnico em Informática e trabalhando na área, continuando a formação na área realizando o curso de Bacharel em Sistemas de Informação, porém sem o finalizar. Durante todo esse percurso de aproximadamente oito anos uma coisa não me saía da cabeça, o desejo de realizar um curso na área das ciências da saúde. Foi então que, após ter contato com alguns estudantes e professores do curso de Educação Física e conhecer um pouco sobre a área, tomei a decisão de prestar novo vestibular, sendo aprovado na primeira tentativa.

Antes do início do curso, através de pesquisas na internet sobre as possibilidades de atuação no campo da Educação Física, a fisiologia do exercício foi algo que despertou o meu interesse, muito provavelmente pela perspectiva de poder atuar diretamente no esporte, mais precisamente no futebol. Porém, algumas disciplinas como Formação e Atuação em Educação Física, Filosofia do Esporte, Antropologia do Esporte, Sociologia do Esporte, Sociologia da Educação e Lazer me possibilitaram uma nova visão sobre o campo da Educação Física, despertando um novo interesse: as Ciências Humanas e Sociais (CHS) na relação com os esportes. Assim, ingressei no GEFuT – Grupo de Estudos sobre Futebol e Torcidas – onde são realizados estudos e pesquisas relacionados ao futebol e ao torcer sob a perspectiva das CHS.

Neste momento, atuando em projetos de extensão do GEFuT, auxiliando nas coletas de dados dos trabalhos de campo de pesquisas coletivas e individuais de integrantes do grupo, e também das discussões acadêmicas realizadas nas reuniões de estudo, comecei a atentar para questões sociais relacionadas ao esporte que antes passavam despercebidas. Assim, a experiência desenvolvida junto ao grupo começou a despertar em mim um olhar mais atento e crítico, fazendo com que vivências dantes cotidianas se tornassem também objetos de pesquisa. Isto porque o futebol é um

esporte pelo qual sempre me interessei. Mesmo que para a prática desse as minhas habilidades técnicas tenham sido sempre precárias, eu participava. Além de jogar, o torcer e a assistência estiveram presentes na minha formação por ter uma família em que essas práticas são comuns e significativas.

Ao final do curso de Educação Física, como Trabalho de Conclusão, realizei uma pesquisa com o objetivo de investigar a relação que o torcedor atleticano estava estabelecendo com o Estádio Independência após a sua reinauguração, uma vez que o clube optou por constituir uma parceria de administração conjunta com a empresa BWA e assim realizar suas partidas neste local. Com o resultado desse trabalho, foi possível perceber o poder simbólico que esse espaço passou a representar para os torcedores e para o time. Esse, segundo Bourdieu, é o “poder quase mágico que permite obter o equivalente daquilo que é obtido pela força (física ou econômica), graças ao efeito específico de mobilização, só se exerce se for reconhecido” (BOURDIEU, 2007, p 14). Ou seja, esse grupo de indivíduos que ali está para apoiar seu time, auxiliando na motivação dos jogadores e conseqüentemente influenciando no placar, adota o estádio como um símbolo do poder da torcida com a finalidade de “amedrontar” os adversários de seu clube almejando assim que se obtenha um resultado positivo. Em decorrência disso, me foram suscitadas novas questões relacionadas aos torcedores e seu time, me trazendo a realizar este estudo.

1. INTRODUÇÃO

A torcida de um time de futebol é pré-existente a seus integrantes. Seus ritos e símbolos vêm sendo construídos e modificados ao longo dos anos. No trabalho de Souza Neto (2010), verificamos como o futebol e o torcer se instituíram na cidade de Belo Horizonte desde o início do século passado e, assim, estabeleceram seus primeiros símbolos de identificação e diferenciação. Dessa forma, podemos dizer que o torcedor, enquanto indivíduo, tem a sua identidade torcedora formada pelos símbolos de seu time e pelo sentido que seus pares trazem na ação coletiva de torcer, acompanhar, assistir e se relacionar com o time e com os demais integrantes da torcida. A cultura vivenciada neste contexto é influente na formação de identidades.

O autor Stuart Hall (2015) nos mostra, descrevendo três concepções de identidade – sujeito do Iluminismo, sujeito sociológico e sujeito pós-moderno –, como que essas foram se modificando e como são diferentes em alto grau. Nas duas primeiras concepções, o entendimento da noção de sujeito nos traz a ideia de um indivíduo unificado, que possui um núcleo central, uma identidade única, sendo que por um lado o sujeito do Iluminismo nasce com essa característica e por outro o sujeito sociológico sofre a influência da sociedade. No avanço dessas concepções, surge a imagem do sujeito pós-moderno, que consiste no indivíduo que tem acesso a uma multiplicidade de significados e representações culturais, possui então não mais uma identidade fixa, ele “assume identidades diferentes em diferentes momentos, identidades que não são unificadas ao redor de um ‘eu’ coerente” (idem, p. 12). Ou seja, na pós-modernidade as pessoas podem assumir quantas identidades elas assim desejarem, de forma que uma pessoa é torcedora, mas ao mesmo tempo é professora, mãe, avó e outras quantas quiser. Até mesmo dentro da identidade torcedora pode haver outras relacionadas como, por exemplo, torcedor é integrante ou não de uma torcida organizada, dentre outras.

Ao longo do século XX, os esportes se tornaram espaços privilegiados para construção de metáforas e analogias sobre as identidades nacionais ou regionais. De acordo com

Hall (2015, p.29), “as culturas nacionais em que nascemos se constituem em uma das principais fontes de identidade cultural”. Assim, a promoção de uma auto identificação nacional e as crenças de diferenciação perante aos “outros” podem ser facilitadas pela identificação imediata de uma dada coletividade representada, por exemplo, pelas seleções nacionais ou pelos clubes regionais.

No Brasil, essas representações são facilmente percebidas ao observarmos o futebol, sendo entendido por DaMatta (1994) como um instrumento privilegiado de dramatizações de muitos aspectos da sociedade brasileira. Um deles é sua capacidade de proporcionar aos torcedores a experiência da vitória e do êxito com seus próprios times, “sentem, então, que o seu desempenho no estádio como torcida – como plateia sofredora que se dá sem reservas aos seus clubes e heróis – produz resultados palpáveis e completos” (idem, p.16).

Ao nascer, as pessoas estão inseridas em uma sociedade que prontamente carrega uma história cultural e simbólica. No caso da sociedade brasileira, um componente se destaca até mesmo antes de nascermos, o futebol. Quando uma família possui, hegemonicamente, a preferência por um determinado clube de futebol, logo inferimos que o novo integrante irá também ter a mesma preferência, mas que não necessariamente pode vir a acontecer. Todavia, quando não existe esta hegemonia na preferência, a família inteira se mobiliza para especular qual será o time desta criança que está por vir.

Nesse sentido, Vogel (1982) contribui para compreender as relações estabelecidas entre o brasileiro e o futebol ao explicitar que “no Brasil, recebemos, do berço, o nome, a religião e o clube de futebol, que, juntamente com o sexo e o estado civil, nos acompanharão pelo mundo social em que acabamos de entrar” (VOGEL, 1982, p.77). Silva colabora com este pensamento ao afirmar que:

[...] o pai, ao educar o filho, apresenta-lhe, às vezes até de forma arbitrária, uma proposta de vida. Por trás dessa proposição estão as experiências vividas, uma concepção de homem, de mundo e

de sociedade e o desejo do que há de melhor para o caminho desse filho. Assim acontece na escolha da religião, da profissão, do clube para qual se deve torcer e em outras escolhas. (SILVA, 2005, p. 30/31)

Isto ocorre porque, segundo Damo (1998, p.11) “o futebol é um dos símbolos da identidade brasileira” e somando a esta declaração, Toledo (2000,p.67) afirma ser “difícil imaginar, hoje, o Brasil sem o futebol”. Sendo assim, partindo das afirmações destes autores, podemos entender que o futebol se constitui no Brasil como “Paixão Nacional”. Portanto, como o futebol faz parte da identidade do brasileiro, “temos uma identidade social composta por uma seleção de papéis entre os quais o de torcedor ocupa um lugar de destaque” (VOGEL, 1982, p.78).

Assim, como elemento importante de nossa cultura, vivenciamos o futebol das mais variadas formas nos nossos momentos de lazer, seja na prática deste esporte através das peladas de rua ou em quadras e campos, rchas e bate-bolas, na leitura de notícias em jornais e ou pela internet, jogos de computador ou vídeo game e também na assistência despretensiosa ou como torcedor de algum clube, seja em casa pela televisão ou indo aos estádios. Ser torcedor significa que se tem preferência por determinado clube e seu ato, o torcer, é explicado por Rosenfeld quando este autor aponta que:

[...] torcer significa "virar, dobrar, encaracolar, entortar", etc. O "torcedor" designa, portanto, a condição daquele que, fazendo figa por um time, torce quase todos os membros, na apaixonada esperança de sua vitória. Com isso reproduz-se muito plasticamente a participação do espectador que 'co-atua' motoramente, de forma intensa, como se pudesse contribuir, com sua conduta aflita, para o sucesso de sua equipe, o que ele, enquanto torcida - como massa de fanáticos que berram -, realmente faz. (ROSENFELD, 1993, p.94)

O entendimento do conceito de Pertencimento Clubístico, elucidado por Damo (1998) em sua dissertação de mestrado, é importante para tentarmos entender como se dá a relação entre torcedor e clube. Segundo esse autor, a expressão é uma forma de, pelo menos no caso brasileiro, compreender o vínculo identitário ligado ao futebol. O pertencimento clubístico amplia o entendimento de que o torcedor não apenas torce,

vibra, gosta do seu time, ele também é um militante – não necessariamente está envolvido em algum grupo organizado ou até mesmo presente nos estádios – que extrapola suas emoções para além do jogo.

De acordo com Stebbins (2012), as pessoas buscam em seus momentos de lazer por atividades com as quais se identificam e que a escolha dessas atividades não é completamente livre. A construção cultural da sociedade em que o indivíduo está inserido e a construção do sujeito nessa sociedade influencia diretamente a sua preferência. Além disso, os pesquisadores Silva, Souza Neto e Campos (2011) colocam que

as práticas de divertimento possibilitadas no "campo" do futebol, seja como experiência física, sejam como fruição contemplativa posta na torcida (que nunca é, de fato, apenas contemplativa), representam um importante canal de vazão da cultura brasileira. Jogar futebol e/ou torcer por um time expressam sentimentos poderosos, vivenciados individual ou coletivamente no tempo disponível das pessoas; são, portanto, objetos fundamentais de análise da nossa dinâmica social e cultural. (idem, p.118)

Por sua vez, Davis (2015) apresenta que o torcer é uma atividade de lazer, sendo este entendido por ele como um fenômeno social em que os sentimentos de alegria e pertencimento são a busca do indivíduo e assim, “os torcedores podem se expressar, apoiar seu time e se identificar com o clube”.¹ (idem, p. 423, tradução nossa).

Acrescentando, em relação à atitude de ser fã de acordo com a forma de engajamento do indivíduo, Stebbins (2012) explicita em sua teoria sobre a “perspectiva do lazer sério” que essas atividades podem ser uma vivência de lazer casual ou lazer sério², entendendo o primeiro como “imediatamente intrinsecamente gratificante, atividade

¹ “the fans could express themselves, support their team, identify with the club” (DAVIS, 2015, p. 423).

² As obras do pesquisador Robert A. Stebbins que tratam do assunto *Serious Leisure* ainda não possuem tradução para o português. Desta forma, neste trabalho será adotado o termo “lazer sério” como tradução para seu correspondente em inglês, assim como adotado por Oliveira & Doll (2012) em sua resenha do livro “*Serious Leisure: a perspective for our time*” publicado em 2007 por Stebbins.

prazerosa relativamente de curta duração que requer pouco ou nenhum treinamento especial para se divertir”.³ (STEBBINS, p. 85, tradução nossa); já o segundo como

a busca sistemática de uma atividade de amador, praticante de hobby ou voluntário suficientemente substancial, interessante e gratificante para o participante encontrar uma carreira (de lazer) onde adquira e expressa uma combinação de habilidade especial, conhecimento e experiência.⁴ (idem, p. 69, tradução nossa)

Levando em consideração a construção teórica de Stebbins (2012) sobre o lazer, levantada anteriormente, e antes disso sobre o torcer (ROSENFELD, 1993; Damo, 1998; SILVA, 2005), podemos dizer que essa atividade de lazer do brasileiro é uma prática de lazer casual ou lazer sério? Ou será que podemos inferir que para algumas pessoas se trata de uma prática de lazer casual e para outras como lazer sério?

Stebbins (1992) cita a assistência a um jogo de futebol como uma forma de lazer casual da mesma forma que assistir televisão, observar fogos de artifício, tirar uma soneca à tarde, dentre outros. Entretanto, Gibson, Willming e Holdnak (2002), realizaram uma pesquisa com a torcida do time de futebol americano Flórida Gators da Universidade da Florida e chegaram à conclusão que, para os torcedores que possuem uma forte identificação com o time, essa prática pode ser uma forma de lazer sério, conforme estes autores explicitam em sua conclusão que “ouvindo as vozes desses torcedores e o significado associado a ser um torcedor Gator, é evidente que ‘sentar em um jogo de *football*’ para esses torcedores é lazer sério”⁵ (idem, p. 422, tradução nossa). Do mesmo modo, Jones (2000) realizou uma pesquisa com os torcedores do *Luton Town*

³ “is immediately intrinsically rewarding, relatively short-lived pleasurable activity requiring little or no special training to enjoy it”. (STEBBINS, 2012, p. 85).

⁴ “the systematic pursuit of an amateur, hobbyist, or volunteer activity sufficiently substantial, interesting, and fulfilling for the participant to find a (leisure) career there acquiring and expressing a combination of its special skills, knowledge, and experience.” (STEBBINS, 2012, p. 69).

⁵ “listening to the voices of these fans and the meaning associated with being a Gator football fan, it is apparent that ‘sitting at a football game’ for these fans is serious leisure”. (GIBSON, WILLMING & HOLDNAK, 2002, p. 422).

Football Club, time da *League Two*⁶ inglesa, e apontou que ter um alto nível de identificação com o time é uma das principais qualidades do lazer sério e portanto “ser um torcedor oferece uma identidade forte, e essa devoção é um componente sólido do autoconceito, mesmo longe dos jogos. Sendo, portanto um lazer sério, ao invés de uma atividade de lazer casual para esses indivíduos”⁷. (idem, p.288, tradução nossa).

Ao refletir sobre as questões relacionadas ao torcer e ao pertencimento clubístico, é importante destacar que não há apenas um torcer e um pertencer. Reis (1998) diferencia os indivíduos quanto à assistência em dois grupos, espectadores e torcedores. Para essa autora “o espectador de futebol é todo indivíduo que assiste aos espetáculos esportivos, e o torcedor é o indivíduo que além de ser espectador com preferência por algum clube, é torcedor dele, e que manifesta essa predileção no decorrer dos jogos” (Reis, 1998, p.6). Completando sua classificação, ela afirma que:

torcedor uniformizado, como o próprio nome diz, é aquele que usa camisa de sua equipe, demonstrando assim sua predileção por um time de futebol. O torcedor organizado é aquele que faz parte de uma facção torcedora, que tem uma estrutura organizacional independente do clube pelo qual ele torce. (Reis, 1998, p.6).

Giulianotti (2012), se apoiando na mercantilização do futebol na Europa Ocidental e prevendo que tal fenômeno possa aproximar-se da América Latina e mais precisamente do Brasil, propõe, amparado na relação consumo x identificação clubística, quatro identidades de torcedor:

- Fanáticos: “torcedor clássico tem um investimento pessoal e emocional de longo prazo com o clube” (Giulianotti, 2012, p.15);
- Seguidores: “definido não por uma jornada itinerante ao lado do clube, mas por dar importância tanto aos acontecimentos dos clubes como dos profissionais do futebol pelos quais se interessa” (Giulianotti, 2012, p.18);

⁶ A *League Two* é a quarta divisão dos campeonatos de futebol da Inglaterra. Sendo a *Premier League* a primeira, a *Championship* a segunda e a *League One* a terceira divisão.

⁷ “being a fan provides a strong identity, and that fandom is a strong component of the self-concept, even away from matches, and is thus a serious, rather than a casual leisure pursuit for such individuals” (JONES, 2000, p. 288).

- Fãs: “estabelece uma forma de intimidade ou de amor pelo clube ou por seus jogadores, mas esse tipo de relação é unidirecional em suas afeições” (Giulianotti, 2012, p.21);
- Flâneurs: “adquire uma identidade pós-moderna de torcedor através de um conjunto despersonalizado de relacionamentos virtuais orientados para o mercado, especialmente através de interações com a mídia fria produzida pela televisão e pela internet” (Giulianotti, 2012, p.25).

Para Damo (1998), há algumas possibilidades para a tentativa de hierarquizar e classificar o pertencimento clubístico, dentre elas a “frequência aos estádios, o domínio de informações de bastidores, o consumo de mercadorias associadas à imagem do clube e o comportamento durante os jogos” (DAMO, 1998, p.65). O que vai ao encontro de alguns critérios utilizados por Giulianotti em sua categorização mencionada anteriormente.

Até mesmo a relação entre torcedores comuns e torcedores organizados é algo difícil de analisar, porém algo é nítido de perceber: existe uma tensão entre estes grupos. Para os torcedores comuns, o organizado se preocupa mais com própria torcida organizada, possui vestimentas exclusivas e cria cânticos que enaltecem a ela mesma, como demonstrado nos trabalhos de Silva (2001) e César (1982). Para o torcedor organizado, os comuns são vistos como mais “acomodados” por não apoiarem, acompanharem e empurrarem o time como eles. Ainda sobre esta questão da tensão que pode ser percebida entre torcedores de um clube, Silva ao falar da torcida do Vasco, objeto de sua pesquisa, aponta que “os sócios antigos do clube se veem como merecedores de regalias no clube, já o torcedor organizado considera-se mais importante que o não-organizado, que, por sua vez, é um crítico feroz da relação de ‘ajudas mútuas’ entre diretoria e torcidas organizadas”. (SILVA, 2005, pg. 50).

Podemos dizer que o universo dos torcedores de futebol é tão amplo que tentar adotar uma única categorização pode se tornar um reducionismo desta diversidade. Uma torcida é composta por indivíduos nessas diversas condições: assistentes, torcedores

organizados, comuns, fanáticos, dentre outros. Assim, a tentativa de relacionar estas classificações à identidade destes também é algo que se apresenta muito complexo. Assim, para nortear este trabalho, apresento como pergunta: de que maneira se estabelece o vínculo identitário e de lazer dos torcedores? Outras perguntas que auxiliaram no estudo são: há diferenças entre o perfil identitário dos torcedores organizados e torcedores comuns? Como o torcedor percebe o torcer enquanto possibilidade do seu lazer?

1.1. Objetivos

1.1.1. Objetivo Geral

Diante do exposto, coloca-se como objetivo do presente estudo investigar o vínculo identitário e de lazer dos torcedores de América, Atlético e Cruzeiro – clubes sediados na cidade de Belo Horizonte e participantes da série A do Campeonato Brasileiro de futebol no ano de 2016.

1.1.2. Objetivos Específicos

- Identificar e comparar o perfil dos torcedores organizados e torcedores comuns
- Identificar as práticas de lazer destes torcedores frequentadores dos estádios de futebol na cidade de Belo Horizonte
- Analisar a assistência ao futebol enquanto prática de lazer desses torcedores

1.2. Justificativa

A assistência de práticas desportivas é reconhecidamente uma possibilidade de lazer (Elias, 1992; Marcellino, 1996). Ademais, no trabalho de Damo (1998) podemos identificar que no Brasil o futebol se destaca diante dos demais esportes como opção de lazer tanto na prática do esporte quanto no que se refere à assistência. Ainda segundo Damo, esta relação de assistência se fortalece a partir do pertencimento clubístico, tornando este um objeto de interesse acadêmico e ainda pouco explorado

(Damo, 1998). Essa relação traz em seu interior a construção de parte da identidade social do indivíduo.

A partir da década de 1980, houve um movimento de produção acadêmica das Ciências Humanas e Sociais acerca da temática do futebol. Porém, mesmo com a relevância do pertencimento clubístico na sociedade brasileira, ainda são poucos os estudos realizados segundo Reis e Escher (2006) e Silva *et al* (2009), ainda mais no que tange à investigação de diferentes categorias de torcedores. Além disso, ao falar sobre o desenvolvimento das pesquisas no campo esportivo no âmbito das ciências sociais, Toledo afirma que o futebol, “adquiriu importância no processo de investigação das poderosas representações coletivas que suportam os mecanismos sociais e simbólicos da formação da sociedade brasileira” (TOLEDO, 2001, p.134), tornando-se assim objeto de análise científica. Desta forma esse trabalho se apresenta importante para ampliar as discussões referentes ao assunto, tendo em vista a própria importância de pesquisas sobre o futebol para o campo acadêmico.

Além disso, Wann & Branscombe (1993) afirmam ser óbvio o fato de alguns espectadores se identificarem mais com determinado time do que outros espectadores e Llopis-Goig (2013) coloca que o sentimento de identificação dos torcedores com seus times possui uma intensidade variável. Ademais, o nível de investimento (dinheiro, tempo, presença no estádio, dentre outros) desses torcedores que possuem um alto nível de identificação com seu time deve ser maior do que aqueles que possuem uma baixa identificação. Esse fato vai ao encontro da proposição de Stebbins (2012) sobre o lazer sério, pois, para esse autor, a motivação dos praticantes dessa modalidade é alta, o que influencia diretamente o seu investimento na atividade de lazer escolhida. Assim, esse trabalho pode ajudar no desenvolvimento do entendimento de lazer no que se refere às práticas casuais e sérias e também na sua relação com o futebol, de acordo com a teoria da perspectiva do lazer sério de Stebbins.

Após a realização da Copa do Mundo de Futebol no Brasil em 2014, diferentes discursos têm surgido no sentido de problematizar as características do torcedor de

futebol, como por exemplo, uma possível alteração no perfil socioeconômico do público que frequenta os estádios após esse evento. As novas estruturas preparadas para atender as demandas deste torneio e também a modernização de outros estádios que não foram utilizados, têm estimulado a discussão sobre a relação dos torcedores com seus clubes. Assim, esse trabalho colabora no intuito de levantar informações que contribuam para a análise desse fenômeno sob a perspectiva dos torcedores, auxiliando na revisão e elaboração de políticas públicas de esporte e lazer. Pois, de acordo com Stebbins (2012), o entendimento de como os participantes em atividades de lazer são motivados, quais problemas eles enfrentam e como sua escolha por essa prática de lazer se encaixa na sociedade, pode subsidiar o estabelecimento de políticas públicas voltadas para o lazer.

1.3. Percurso Metodológico

Este trabalho se caracteriza como uma pesquisa descritiva de caráter quantitativo e qualitativo. Luna (1996) aponta que raramente um procedimento empregado é fruto de uma escolha *a priori*, ele dialoga diretamente com a necessidade da pesquisa. Neste sentido, o problema deste trabalho solicitou o uso de diferentes métodos e instrumentos. Sampieri *et al* (2014) apontam que os estudos descritivos buscam especificar as características e os perfis importantes de pessoas, grupos, comunidades ou outro fenômeno que seja passível de submissão a uma análise. Para isso, foi realizada uma pesquisa de campo em duas etapas, sendo que a primeira consistiu na aplicação de um questionário de autopreenchimento e a segunda em uma entrevista com torcedores selecionados a partir dos resultados encontrados na análise dos dados da primeira etapa.

No primeiro momento da pesquisa de campo foi utilizado um questionário de autopreenchimento (apêndice A) e a coleta de dados ocorreu nos arredores dos estádios⁸ de futebol da cidade de Belo Horizonte, em dias de jogos que os clubes locais

⁸ América e Atlético possuem contratos de administração do Estádio Sete de Setembro – Arena Independência –, local onde realizam grande parte de seus jogos como mandante. Já o Cruzeiro possui

– América, Atlético e Cruzeiro – que atuaram na Série A do campeonato Brasileiro de futebol de 2016 foram os mandantes de suas partidas, conforme o quadro 1 abaixo. Ao todo foram coletados 646 questionários durante esta etapa da pesquisa, que se estendeu por 12 partidas realizadas em Belo Horizonte, sendo quatro de cada equipe.

Tabela 1 - Jogos Coletados

Rodada	Jogo	Público Presente	N
31	Cruzeiro x Chapecoense	14.761	78
32	Atlético x Figueirense	14.615	104
32	América x Atlético-PR	1.315	19
33	Atlético x Flamengo	45.952	59
33	América x São Paulo	5.014	15
34	Cruzeiro x Fluminense	10.068	88
35	América x Flamengo	7.420	20
35	Atlético x Palmeiras	14.942	50
36	Cruzeiro x Santos	13.902	35
37	América x Sport	2.139	11
37	Atlético x São Paulo	8.901	78
38	Cruzeiro x Corinthians	16.074	89

Como rotina de coleta, eu chegava aos estádios com duas horas e trinta minutos de antecedência do início das partidas, sendo este o mesmo horário de chegada marcado com os assistentes de pesquisa que me auxiliaram na aplicação dos questionários. No encontro com os pesquisadores assistentes era explicado o objetivo da pesquisa, as questões importantes que deveriam ser observadas após o preenchimento por parte do voluntário, a forma de abordar os torcedores e, por último, era informado os locais em que cada pesquisador deveria conduzir a pesquisa. Para a seleção dos participantes não foi utilizada uma amostra probabilística, sendo convidados a participar da pesquisa aqueles que transitavam no local onde estavam os pesquisadores.

contrato de administração com Estádio Governador Magalhães Pinto – Mineirão –, onde realiza a maioria de suas partidas como mandante.

No Estádio Independência, os portões de entrada estão situados à Rua Pitangui (marcação amarela na imagem 1) e à Rua Ismênia Tunes (marcação vermelha na imagem 1). Nestas ruas existem vários bares e, além disso, algumas casas transformam suas garagens ou portões em locais de venda de bebidas e lanches. Desta forma, os torcedores se aglomeram nestes locais antes de adentrar ao estádio. Em dias de jogos do América somente os portões da Rua Pitangui foram abertos para entrada da torcida e, assim, os pesquisadores realizaram a abordagem somente nesta rua. Já nos jogos do Atlético os portões de ambas as ruas eram abertos para a entrada dos torcedores e desta forma os pesquisadores eram divididos nas duas ruas.

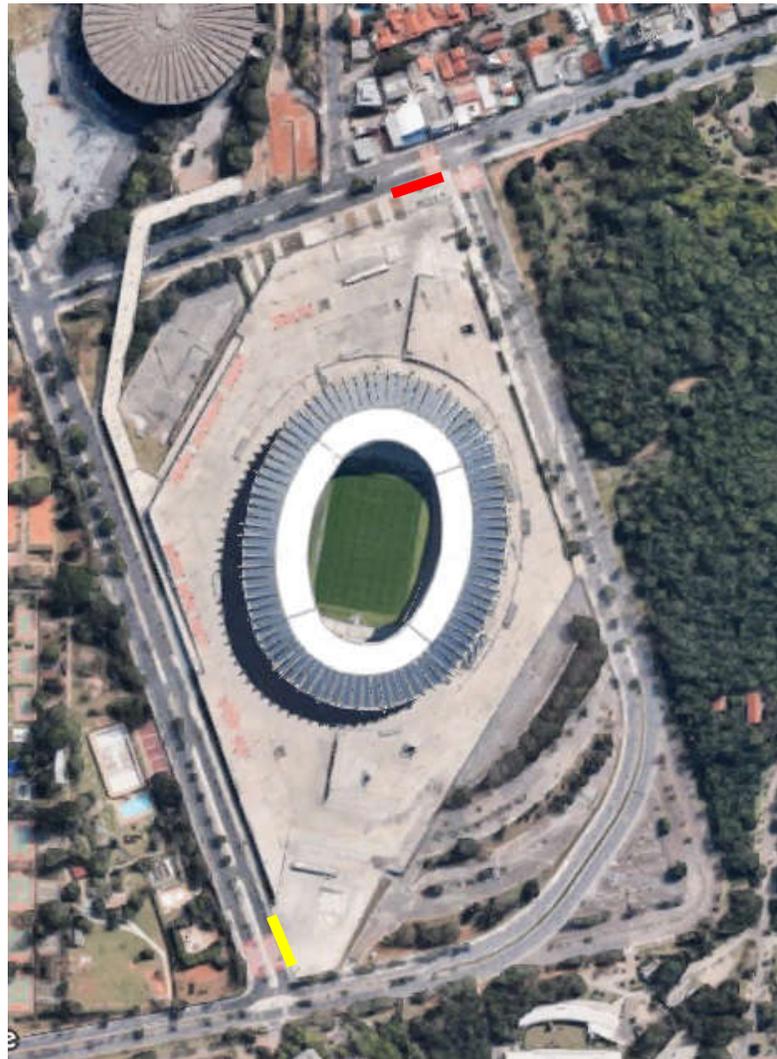
Figura 1 - Estádio Independência



(Imagem extraída do Google Earth e adaptada pelo autor)

No Estádio Mineirão a entrada dos torcedores ocorre pelos portões que estão ao redor do mesmo e situados na esplanada que, por sua vez, possui os acessos Norte (linha vermelha) e Sul (linha amarela) para a entrada da torcida. Barraqueiros autorizados pela prefeitura comercializam alimentos e bebidas próximos aos acessos à esplanada e também à Avenida das Palmeiras, que fica praticamente em frente ao acesso Norte, fazendo com que a aglomeração de torcedores ocorra nesses locais. Desta forma, os pesquisadores foram separados para realizarem a pesquisa na proximidade desses pontos. Porém, no jogo América x Flamengo, que foi realizado no referido estádio, os pesquisadores ficaram somente nas proximidades do acesso Norte, pois somente esse estava aberto para a entrada dos torcedores.

Figura 2 - Estádio Mineirão



(Imagem extraída do Google Earth e adaptada pelo autor)

Essa etapa se caracteriza como uma pesquisa *Survey* que, de acordo com Michel (2009) “trata-se de pesquisa cujo propósito é entender a população maior da qual a amostra foi inicialmente selecionada, através de proposições gerais sobre o comportamento humano”. Por meio desse estudo de larga escala verificamos a relação e identificação dos sujeitos entrevistados com o clube e com a própria torcida, usando em conjunto com as demais perguntas do questionário a Escala de Identificação do Torcedor com o Time (WACHELKE *et al*, 2008).

Wann & Branscombe (1993) desenvolveram a *Sport Spectator Identification Scale* - Escala de Identificação de Espectador de Esporte - no intuito de verificar a intensidade que espectadores esportivos se identificam com seus times. Essa escala é composta por sete perguntas que analisam diferentes questões relacionadas ao torcer, permitindo ao respondente assinalar em uma escala *likert* de oito pontos o nível que aquele item representa para si, sendo que quanto maior o valor escolhido, maior a representatividade daquela questão para ele. A partir da somatória das respostas de cada item ou da média destas respostas é possível verificar o nível de identificação dos torcedores. Para o contexto brasileiro, especificamente para o futebol, esta medida foi traduzida e adaptada como Escala de Identificação do Torcedor com o Time (EITT) por Wachelke e colaboradores (2008), sendo que uma das adaptações realizadas foi a mudança na escala *likert* de oito para sete pontos.

A partir do resultado obtido nesta etapa, os indivíduos foram classificados de acordo com o nível de identificação com o time e então foi realizada a seleção dos indivíduos de cada grupo de torcedores para a realização de uma entrevista no intuito de aprofundar nas questões identitárias e de lazer. A entrevista é um instrumento de pesquisa que tem como objetivo recolher informações dos participantes sobre o tema investigado (GOMES e AMARAL, 2005). Segundo estas autoras, o entrevistado contribui com suas opiniões e experiências a partir de um conversa intencional conduzida pelo entrevistador, sendo que esta pode ser estruturada, não estruturada ou semiestruturada. Para este estudo, devido à possibilidade de flexibilizar o seguimento

do roteiro previamente preparado pelo pesquisador, foi utilizada a entrevista semiestruturada.

Foram realizadas nove entrevistas semiestruturadas na segunda etapa da pesquisa de campo. Assim, selecionamos três torcedores de cada um dos clubes participantes, sendo um torcedor comum e dois torcedores organizados, onde foram utilizados dois critérios para a seleção dos torcedores que foram convidados a participar das entrevistas. Desta forma, o primeiro critério se configura em o indivíduo possuir uma alta pontuação do nível de identificação com o clube medido pela EITT e, como segundo parâmetro, esse sujeito deve ter respondido que frequenta sempre ou frequentemente o estádio para acompanhar o seu time. Posteriormente à definição das pessoas, as mesmas eram contatadas por telefone e assim era agendada a entrevista em um local indicado pelo participante, sendo esses a casa, o trabalho ou a faculdade. Antes de iniciar a entrevista, era realizada uma conversa com intuito de retomar o objetivo da pesquisa e também de explicar o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (Apêndice C), que era assinado pelo torcedor após sua leitura.

As tabelas abaixo descrevem o perfil dos torcedores entrevistados:

Tabela 2 - Torcedores Entrevistados do América

Nome	AM01	AM02	AM03
Idade	33	22	52
Sexo	Masculino	Masculino	Feminino
Torcida organizada	Não Pertence	Barra Una	Avacoelhada
Profissão	Consultor de Negócios	Vendedor	Artesã
Escolaridade	Superior Completo	Superior em Curso	Ensino Médio Completo
Estado Civil	Solteiro	Solteiro	Casada
Frequência no Estádio	Sempre	Sempre	Sempre
Pontuação EITT	6,71 (47)	7 (49)	7 (49)

Tabela 3 - Torcedores Entrevistados do Atlético

Nome	AT01	AT02	AT03
Idade	40	35	19
Sexo	Masculino	Masculino	Masculino
Torcida organizada	Não Pertence	Galoucura	Fúria Alvinegra
Profissão	Motorista de Transporte Escolar	Funcionário Público	Estudante
Escolaridade	Superior Completo	Ensino Médio Completo	Superior em Curso
Estado Civil	Casado	Casado	Solteiro
Frequência ao Estádio	Sempre	Sempre	Sempre
Pontuação EITT	7 (49)	7 (49)	7 (49)

Tabela 4 - Torcedores Entrevistados do Cruzeiro

Nome	CR01	CR02	CR03
Idade	27	23	27
Sexo	Masculino	Masculino	Feminino
Torcida organizada	Não Pertence	Torcida Jovem	RAP – Resistência Azul Popular
Profissão	Estudante	Motorista	Auxiliar Administrativa
Escolaridade	Superior em Curso	Ensino Médio Completo	Ensino Médio Completo
Estado Civil	Solteiro	Solteiro	Solteira
Frequência ao Estádio	Sempre	Sempre	Frequentemente
Pontuação EITT	7 (49)	7 (49)	7 (49)

Nesta fase da pesquisa me deparei com uma dificuldade que não havia sido enfrentada na etapa anterior. Durante a coleta de dados nos estádios os torcedores se apresentaram bem receptivos com a equipe de pesquisa, sendo que a maioria dos

abordados pelos pesquisadores se dispuseram a auxiliar respondendo os questionários. Com o intuito de facilitar a seleção dos indivíduos que seriam contatados para a continuidade do estudo, a última pergunta do formulário foi realizada no sentido de identificar os torcedores que se propusessem a participar de uma entrevista, perguntando diretamente se eles gostariam de ser chamados para a próxima etapa da pesquisa. Assim, só foram convidados os sujeitos que responderam positivamente a esta questão. Porém, alguns dos contatados apresentaram objeções para serem entrevistados e outros até mesmo chegaram a agendar um horário e não compareceram. Estas situações atrasaram um pouco o cronograma que estava preparado para esta parte.

Desta forma, os dados obtidos a partir da pesquisa de campo, questionários e entrevistas, foram analisados de acordo com metodologias quantitativas e qualitativas que se apresentaram adequadas para atender os objetivos propostos por este trabalho, sendo elas a análise estatística descritiva e a análise de conteúdo, respectivamente. Assim sendo, foi realizada uma análise estatística descritiva (SAMPIERI *et al*, 2014) para os dados coletados a partir da aplicação dos questionários. Para isso, o *software* “IBM SPSS Statistics” foi utilizado para realizar os cálculos e gerar as tabelas e gráficos necessários à análise.

As análises estatísticas foram realizadas utilizando o software SPSS versão 18. Sendo que as variáveis categóricas foram apresentadas em termos de frequência e porcentagem. Ao passo que as variáveis numéricas contínuas em termos de mediana, 1º e 3º quartil, porque não apresentaram distribuição normal gaussiana. A hipótese de normalidade de distribuição foi verificada via teste *Shapiro Wilk*. Para a comparação de medianas entre dois e três grupos independentes. Quando a variável não possuía distribuição normal gaussiana, foi aplicado o teste *Mann Whitney* e *Kruskal Wallis*, respectivamente. Na verificação da suposição de associação entre variáveis categóricas aplicou-se o teste Qui-quadrado de Pearson ou teste exato de Fisher. O nível de significância de todas as análises foi de 0,05, indicando significância estatística quando o p-valor era inferior a esse valor.

Para os dados coletados por meio das entrevistas, realizei uma análise de conteúdo, uma vez que esta se apresenta como “um conjunto de técnicas de análise das comunicações que utiliza procedimentos sistemáticos e objectivos [sic] de descrição do conteúdo das mensagens” (BARDIN, 2009, p.40). A técnica empregada foi a Análise Categorical dos dados, na qual, de acordo com Bardin (2009) uma das formas possíveis de realizar a categorização é por meio da separação dos elementos em categorias encontradas a partir do referencial teórico utilizado. Assim, esse foi o método de categorização utilizado onde, à medida em que os temas eram identificados na análise das falas dos entrevistados, esses eram atribuídos às categorias selecionados. O tema, para Bardin (2009, p.131), “é a unidade de significação que se liberta naturalmente de um texto analisado segundo critérios relativos à teoria que serve de guia à leitura” e, assim sendo, permite ao pesquisador descobrir, pela presença ou frequência de aparição, os significados que respondem os objetivos estabelecidos. Essas categorias foram pré-estabelecidas a partir do referencial utilizado ao lazer e torcer, respectivamente de Stebbins (2012) e Damo (1998).

2. Sobre os torcedores

Neste capítulo será tecida a discussão teórica sobre o que diz o campo por meio da análise dos dados coletados nas duas etapas da pesquisa de campo, os questionários e as entrevistas. Desta forma, subdividimos esse em cinco partes, sendo que nas duas primeiras faremos uma contextualização da situação dos times no campeonato em que foi realizada a coleta dos questionários e também a contextualização dos torcedores participantes da amostra. Em seguida, iremos dialogar a respeito da assistência ao futebol como opção de lazer. Posteriormente, será apresentado o perfil dos torcedores organizados e torcedores comuns pertencentes a estes três clubes e, também, a comparação entre eles com o intuito de mapear possíveis diferenças entre estes grupos. Por fim, na última parte, serão discutidas as relações identitárias dos torcedores dos três clubes de Belo Horizonte participantes da pesquisa.

2.1. Contextualizando a situação dos clubes durante a pesquisa

Conforme explicitado anteriormente, a escolha dos três times – América, Atlético e Cruzeiro – se deu em função de todos estarem participando da Série A do Campeonato Brasileiro de 2016, uma das principais competições de futebol do Brasil, quiçá a mais importante, além da histórica representatividade dessas agremiações no cenário do futebol estadual e nacional. Assim, a coleta de dados se iniciou na 31ª rodada do torneio e se estendeu até a 38ª e última rodada, nos jogos que estes times realizaram com seu mando de campo. Durante o período de aplicação dos questionários com os torcedores nos arredores dos estádios, cada time tinha a sua frente uma situação específica na tabela de classificação do campeonato devido às campanhas que realizaram durante o ano. Da mesma forma, cada torcida vivenciava naquele momento um drama diferente, sendo que a cada rodada que passava a situação melhorava ou piorava e os ânimos dos torcedores se alteravam. Fazendo contas a cada ponto perdido e ganhado, ficavam mais próximos ou mais distantes do título, de uma

classificação à Copa Libertadores, do temido Z4⁹ ou do próprio rebaixamento. O trecho apresentado abaixo introduz a contextualização que irei fazer sobre a campanha de cada time durante o campeonato e a situação em que se encontravam no momento da coleta de dados:

Uma das características do público futebolístico é o engajamento, não custa reiterar. Se o amor ao clube é incondicional, a relação com o time que o representa, em contrapartida está sujeita a oscilações. Quando o time joga mal os torcedores vão, xingam, fazem ameaças aos atletas, técnico, dirigentes, enfim, a todos os que se acredita tenham responsabilidade direta sobre o sofrimento, e depois cantam o hino do clube. Se o time apresenta uma série de resultados negativos a tendência é o esvaziamento do estádio, indicando o arrefecimento das paixões. Se o time vai mal ao ponto de comprometer o status do clube, ameaçando-o de rebaixamento, por exemplo, então os torcedores podem vir a ser mobilizados, lotando o estádio para "empurrar" o time. Mas certamente quando este vence, sobretudo quando vence em série e torna-se concorrente a um título, que a paixão inflama. A performance do time oscila e a libido dos torcedores também, mas o que importa, como traço distintivo do clubismo, é que eles não deixam de ser fiéis ao clube. (DAMO, 2005, p. 85)

Iniciando pelo América, o time teve muita dificuldade em conseguir bons resultados durante o campeonato e esteve presente no Z4 durante todo o campeonato, permanecendo na última posição da tabela de classificação ao final de várias rodadas. Ao iniciar a coleta de dados nos estádios, o risco do América cair para a Série B era alto e uma sequência de resultados positivos era necessária para que o time evitasse o rebaixamento. Este fato não aconteceu e após uma derrota por 1 x 0 para o Flamengo no estádio Mineirão foi decretada, matematicamente, a queda para a segunda divisão. Ao fim do Campeonato Brasileiro o time amargava a última colocação na tabela de classificação.

O número de torcedores presentes em jogos do América durante o período da pesquisa apresentou certa oscilação que pode ser explicada possivelmente por três fatores:

⁹ Z4 é o nome comumente dado para a Zona de Rebaixamento do Campeonato Brasileiro. É composto pelos quatro últimos colocados na tabela de classificação do torneio e que sofrem o descenso para a Série B (Segunda Divisão).

primeiro a situação do clube no torneio era muito ruim, o que pode ter afastado alguns torcedores do estádio; segundo, dois dos quatro adversários enfrentados nas últimas partidas em casa são times de grande torcida no Brasil e que levaram um bom número de torcedores para estes jogos, tendo como base as informações contidas nos borderôs e também na observação da movimentação das torcidas nos arredores dos estádios realizada pelo pesquisador; e terceiro, no último jogo do campeonato o América ofereceu gratuidade de entrada para os 1.000 primeiros torcedores, porém no borderô não é possível identificar quantos torcedores entraram utilizando tal promoção.

Diferentemente do América, o Atlético teve um início de campeonato inconstante chegando a figurar na zona de rebaixamento nas rodadas sete e oito. A reação da equipe no torneio se iniciou na rodada seguinte na qual o time emplacou uma sequência de quatro vitórias, livrando-o do Z4 e o levando para metade superior da tabela. A partir de então passou a ter uma constância melhor, obtendo bons resultados nos jogos e fazendo com que o time passasse a fazer parte do G6¹⁰.

Nas rodadas iniciais da coleta de dados o time ainda era cotado como candidato ao título do Campeonato Brasileiro da Série A, torneio do qual não é campeão desde o ano de 1971, fazendo com que sua torcida ficasse eufórica com a possibilidade da conquista. Desta forma, devido a esta probabilidade de título, os torcedores estavam comparecendo em um bom número aos estádios, tendo seu maior público no ano de 2016, registrado em jogo realizado contra Flamengo no estádio Mineirão. Porém, na 35ª rodada, quando o Atlético vinha de dois resultados ruins e sua chance matemática de ser campeão diminuía, o empate em casa na partida realizada contra o Palmeiras esgotou, matematicamente, a possibilidade de título. Desta forma, no jogo seguinte a torcida compareceu em quantidade inferior à que vinha acompanhando os jogos. O time ficou na quarta posição ao final do campeonato, garantindo sua classificação direta para a fase de grupos da Copa Libertadores da América.

¹⁰ O G6 corresponde ao grupo dos seis times que se classificam para, no ano seguinte, participarem da Copa Libertadores da América, principal torneio interclubes sul-americano. Destas seis equipes classificadas, as quatro primeiras ingressam diretamente na fase de grupos do torneio, enquanto que as outras duas participam de uma fase eliminatória conhecida como pré-Libertadores.

Por sua vez, o Cruzeiro também teve um campeonato diferente dos dois clubes já apresentados. O time teve um campeonato instável, apresentando altos e baixos durante praticamente toda a competição. Já na primeira rodada do torneio esteve presente na Zona de rebaixamento e, por causa da oscilação de seus resultados ficou entrando e saindo do Z4 até a sua saída definitiva na Rodada 28. Porém a segurança para a torcida de que o time não teria mais chances de rebaixamento só se concretizou na rodada 35, após vitória fora de casa contra o Sport de Recife.

Como o time começou a ser mais estável a partir da rodada em que saiu do Z4 pela última vez neste campeonato, a torcida passou a comparecer em bom número ao estádio. Este fato pode ser possivelmente explicado pelo motivo de que os torcedores estivessem acreditando na permanência do time na Série A e, portanto, estavam apoiando o time na luta contra o rebaixamento. Na 34ª rodada, no jogo contra o Fluminense, a torcida cruzeirense fez uma manifestação por causa de um incidente acontecido na partida contra o Grêmio pela Copa do Brasil. Um torcedor do Cruzeiro faleceu após o jogo tendo duas versões para o acontecimento: segundo os torcedores que estavam próximos, a pessoa foi agredida por seguranças do estádio, deixando-a desacordada, causando posteriormente a sua morte; de acordo com a administração do estádio, o torcedor passou mal – com suspeita de infarto – e foi prontamente atendido pela equipe médica e encaminhado para um hospital, mas não resistiu e veio a óbito.

2.2. Contextualizando os torcedores pesquisados

De acordo com pesquisadores da história do futebol as mulheres marcam sua presença no espetáculo do futebol desde os primórdios do esporte na capital mineira. No início, sua presença era considerada como um ornamento e que vai se transformando com o passar tempo (COUTO, 2003; SOUZA NETO, 2010). O excerto abaixo nos mostra como se dá esta transformação:

Primeiramente parte de uma iniciativa de atração do público assistente, as “senhoras e senhorinhas” representavam o aspecto

decorativo do espetáculo esportivo, e eram vistas como peças que ornavam as partidas. Após 1915, assumiam, de forma crescente, um papel mais ativo, reivindicando uma participação legitimamente de torcedora, seja por um clube ou por um jogador. (SOUZA NETO, CAMPOS E SILVA, 2013, p. 12)

Desta forma, a mulher se encontra presente como torcedora nos estádios de futebol nos dias de hoje e, em relação aos times pesquisados, podemos identificar que sua presença é inferior à do público masculino. As mulheres americanas representam 18,8% da amostra, as atleticanas 25,5% e as cruzeirenses 23,5%, enquanto que o público masculino para os três clubes são 81,3%, 74,5% e 76,5%, respectivamente. Apesar de encontrarmos percentuais diferentes entres os três times, não foi encontrada diferença significativa entre eles. Além disso, os resultados encontrados são próximos aos de outra pesquisa realizada em Belo Horizonte: América – 15,7% de público feminino e 84,3% de masculino; Atlético – 17,8% de público feminino e 82,2% de masculino; e Cruzeiro – 24,4% de público feminino e 75,6% de masculino (MELO, 2013).

Tabela 5 - Sexo

Sexo ¹	América (n=65)	Atlético (n=291)	Cruzeiro (n=290)
Masculino	52 (81,3)	216 (74,5)	221 (76,5)
Feminino	12 (18,8)	74 (25,5)	68(23,5)

Frequência (%); ¹Teste qui-quadrado de Pearson

Em relação à idade dos torcedores pesquisados, também não foi encontrada uma diferença significativa entre os três times. Foi apenas possível identificar que a mediana para Atlético e Cruzeiro possui o mesmo valor, 28, e que os valores para o primeiro e terceiros quartis são próximos o que representar que a distribuição estaria dos entrevistados para estes dois clubes seja parecida. Em contrapartida, os valores para a torcida do América foram diferentes dos apresentados anteriormente, tendo como mediana a idade de 29 anos e, como primeiro e terceiro quartis, os valores de 21 e 44,5 anos, respectivamente.

Tabela 6 - Idade

	América (n=65)	Atlético (n=291)	Cruzeiro (n=290)
Idade	29,5 (21-44,5)	28 (22-35)	28(22,5-36,0)

Mediana (1º Quartil – 3º Quartil); ¹Mann Whitney

Fazendo a análise dos resultados referente à participação dos torcedores nos programas de Sócio Torcedor, podemos verificar que América e Cruzeiro possuem mais de 50% de seu público presente como participantes destes programas, além disso, o América foi único que apresentou uma associação significativa para este fator tendo 74,6% de sócio-torcedores. Por sua vez, o Atlético teve uma participação de 49,5% de sócio-torcedores. De acordo com o “Torcedômetro”¹¹ divulgado pelo site “Movimento por um futebol melhor”, o Brasil já possui quase 1,2 milhão de torcedores que são sócios de seus clubes. O Atlético ocupa atualmente a sétima posição com 75.305 inscritos, o Cruzeiro está em oitavo lugar com 52.125 cadastrados e o América aparece em 40º colocado com 2.233 torcedores. Assim, se fizermos uma comparação destes números com a quantidade de torcedores presentes nos estádios, é possível percebermos que ter um grande número de sócio-torcedores não significa ter estádios sempre cheios.

Uma possível explicação para este fato pode ser encontrada no fato de que os programas de sócio-torcedores oferecem modalidades diversas ao seu público. A certeza de ter ingressos garantidos para todos os jogos de seu time, ou descontos em ingressos, ou até mesmo a simples escolha em ajudar o seu clube coração fazem parte das opções dos torcedores. Porém uma característica comum aos programas dos times que fazem parte deste movimento e que ajuda a promover a adesão dos torcedores é a possibilidade de se obter descontos em diversos produtos e serviços. Isto ocorre porque

¹¹ O “Torcedômetro” é uma ferramenta disponível no site do Movimento para um futebol melhor que tem como finalidade divulgar um ranking do número de sócio-torcedores dos clubes que participam do programa.

Disponível em: <http://www.futebolmelhor.com.br/>

este movimento reuniu importantes agentes no campo futebolístico e que vêm exercendo forte influência na consolidação dos programas de sócio torcedor. A entrada massiva de grandes empresas do ramo de produtos e serviços mostra a capacidade do futebol em vender produtos e serviços e está associada a traços gerais das sociedades contemporâneas, como o consumismo (SANTANA, 2016, p. 53).

Este sistema com oferecimento de descontos pode vir a ter um crescimento cíclico do Movimento para um futebol melhor tanto de empresas parceiras como de torcedores. Isto pode acontecer pois o aumento do número de sócio-torcedores poderá atrair novas empresas interessadas em apoiar o movimento e disponibilizar seus produtos e serviços com descontos. Por sua vez, com mais empresas aderindo e então havendo o aumento de produtos oferecidos, poderá atrair um número maior de pessoas que desejam se associar.

Tabela 7 - Sócio Torcedor

Sócio Torcedor ¹	América (n=63)	Atlético (n=281)	Cruzeiro (n=273)
Sim	47(74,6)*	139(49,5)	141(51,6)
Não	16(25,4)	142(50,5)	132(48,4)

Frequência (%); ¹Teste qui-quadrado de Pearson; * p-valor=0,001

Com relação ao estado civil, foi possível identificarmos que o público que frequentou os estádios nos jogos em que houve a coleta de dados possui, em sua maioria, pessoas solteiras, tendo uma ocupação de 66,2% para o América, 62,9% para o Atlético e 66,2% para o Cruzeiro para este perfil.

Tabela 8 - Estado Civil

Estado Civil	América (n=65)	Atlético (n=291)	Cruzeiro (n=290)
Solteiro	43(66,2)	183(62,9)	192(66,2)
Casado	18(27,7)	96(33,0)	83(28,6)
Viúvo	0(0)	3(1,0)	2(0,7)
Separado	1(1,5)	5(1,7)	2(0,7)
Divorciado	3(4,6)	4(1,4)	11(3,8)

Frequência (%)

A pesquisa mostrou que os torcedores dos três times pesquisados que comparecem para assistir aos jogos nos estádios de Belo Horizonte são em sua maioria residentes na própria cidade e na região metropolitana¹². Apenas um torcedor do América informou que não mora neste território, o que representa 1,6% da amostra para este clube, enquanto que em relação aos atleticanos e cruzeirenses, 9,7% e 11,3% são residentes de outros locais, respectivamente, sustentando a afirmação acima.

Tabela 9 - Região onde mora

Região onde mora	América (n=64)	Atlético (n=270)	Cruzeiro (n=273)
Belo Horizonte	53(82,8)	188 (69,6)	188(68,9)
Região Metropolitana	10(15,6)	56 (20,7)	54(19,8)
Interior de MG	1(1,6)	21 (7,8)	29(10,6)
Fora de MG	0(0)	5 (1,9)	2(0,7)

Frequência (%)

Sobre a situação ocupacional, a pesquisa demonstrou que a maioria dos entrevistados possui emprego ou são autônomos, sendo que para os três times foram apresentados resultados superiores a 60%. Os sujeitos que declararam serem estudantes representam 22,0%, 26,0% e 17,9% para América, Atlético e Cruzeiro, respectivamente.

¹² A região metropolitana de Belo Horizonte é composta por 34 municípios e tem uma população de cinco milhões de habitantes, o que corresponde a 26% da população do Estado de Minas Gerais. Disponível em: <http://www.agenciambh.mg.gov.br/institucional/rmbh-e-colar-metropolitano/>

Tabela 10 - Situação ocupacional

Situação Ocupacional	América (n=59)	Atlético (n=269)	Cruzeiro (n=274)
Empregado ou Autônomo	38(64,4)	162 (60,2)	190(69,3)
Estudante	13(22,0)	70 (26,0)	49(17,9)
Desempregado	1(1,7)	15 (5,6)	20(7,3)
Aposentado	3(5,1)	7 (2,6)	4(1,5)
Outros	4(6,8)	15 (5,6)	11(4,0)

Frequência (%)

Quando analisamos os dados referentes à participação em Torcidas Organizadas (TOs), identificamos que os torcedores do América respondentes da pesquisa possuem uma divisão próxima entre torcedores organizados (43,1%) e torcedores comuns (56,9%). Ao passo que atleticanos e cruzeirenses possuem um número menor que responderam ser participantes de TOs, sendo que os torcedores atleticanos que participam de alguma TO representam 13,4% da amostra e os cruzeirenses representam 18,2%.

Os torcedores americanos que responderam ser participantes de TO citaram as seguintes torcidas: Barra Una; Avacoelhada; Seita Verde; e Bafo do Coelho. Enquanto que os atleticanos citaram: Galoucura; Camisa 13; Fúria Alvinegra; Movimento 105; Galo Metal; PC Galo e Esquadrão Atletico. Ao passo que os cruzeirenses mencionaram: Máfia Azul; TFC; Metalzeiros; Geral Celeste; Torcida Jovem Cruzeiro; Cachazeiros; China Azul; Locozeiros; e CGE.

Tabela 11 - Torcida Organizada

Integrante de Torcida Organizada	América (n=65)	Atlético (n=284)	Cruzeiro (n=285)
Sim	28(43,1)	38(13,4)	52(18,2)
Não	16(56,9)	246(86,6)	233(81,8)

Frequência (%)

2.3. O lazer dos torcedores e o torcer como atividade de lazer

A cidade de Belo Horizonte foi inaugurada em 1897 sendo projetada para ser a capital mineira em substituição à cidade de Ouro Preto, que ocupava tal posição desde 1823, oficialmente. Nesta época o futebol já dava seus primeiros passos no Brasil tendo a criação do primeiro Clube de Futebol no ano de 1900¹³, porém em Belo Horizonte a fundação do primeiro clube de futebol só aconteceu no ano de 1904 com a origem do *Sport Club Foot-ball*. No mesmo ano ainda ocorreu a criação de outras três equipes: o *Club Athletico Mineiro*¹⁴, o *Mineiro Football Club* e o *Brazil Football Club* (RIBEIRO, 2007).

De acordo com Souza Neto (2010), a assistência ao futebol era uma prática facilmente percebida no próprio ano da fundação do primeiro clube da cidade. Segundo este autor, em campeonato organizado ainda em 1904, um dos jornais da época prontamente demarcava as pessoas que assistiam às partidas como amantes do futebol. Merece ser destacado o fato que tanto a prática quanto a assistência ao futebol, neste primeiro momento do esporte na capital mineira, era exercício comum às elites locais. Aliada a este, outra questão importante descrita por Souza Neto (2010), nos mostra que a assistência se configurava como divertimento para seus praticantes e que a mesma ocorria em função do assistir à prática esportiva e não de torcer por um time específico. Melo (2013) indica que é válido interpretar o entendimento de práticas de divertimento como lazer.

Até o final da primeira década do século XX os termos mais comuns utilizados pela imprensa carioca e paulista para se referir aos espectadores das partidas de futebol os nomeavam como assistentes, *sportmen* e *sportwomen* (MALAIA, 2012). Segundo

¹³ O *Sport Club* Rio Grande foi fundado em 1900 na cidade de Rio Grande no estado do Rio Grande do Sul, voltado principalmente para a prática do futebol. Alguns outros times que hoje são conhecidos pelo futebol tiveram sua fundação anterior a esta data, porém com o interesse inicial pautado em outras práticas esportivas como o Clube de Regatas Vasco da Gama e Clube de Regatas Flamengo que tinham o remo como principal modalidade em sua fundação (FANZINI, 2009).

¹⁴ O Clube Atlético Mineiro não tem sua origem ligada a este clube de 1904 (COUTO, 2003), sendo este criado em 1908.

Souza Neto (2010), estes termos também eram utilizados na imprensa mineira e destacavam uma importante posição social dos adeptos da capital das Minas Gerais, uma vez que as pessoas que frequentavam os campos para assistir aos jogos de futebol pertenciam às classes mais abastadas.

Assim sendo, nos primórdios do futebol em Belo Horizonte, este era visto como símbolo de distinção das elites locais, quer fosse em sua prática ou em sua assistência (RIBEIRO, 2007; FANZINI, 2009; SOUZA NETO, 2010; ALVES, 2013). Uma possível explicação para este fato segundo Ribeiro (2007) e Souza Neto (2010) tem relação à questão de que havia poucas opções públicas de divertimento e lazer na cidade, pelo fato desta ainda ser “jovem” no início do século XX. Desta forma, o surgimento do futebol apresenta-se como opção para preencher esta lacuna e servir aos propósitos de construção de uma capital moderna.

Mesmo com um início promissor no ano de 1904 o gosto pelo futebol se esfria nos anos seguintes sendo praticamente extinto em 1907, ano em que os primeiros clubes da cidade já se encontravam todos encerrados. Porém, no ano seguinte, em 1908, o futebol volta a ocupar lugar no cenário da capital mineira, não com o mesmo destaque apresentado anteriormente, acontecendo desta vez com menos efervescência, todavia sendo mais regular do que outrora (RIBEIRO, 2007; SOUZA NETO 2010). A partir da década de 1910 o futebol passa a ter maior destaque na cidade, inclusive com a expansão de espaços para a prática esportiva, e desta forma passa a se popularizar, deixando de ser opção de divertimento e lazer principalmente das classes nobres e se tornando mais acessível pelas classes mais baixas (RIBEIRO, 2007; SILVA, 2012).

Segundo Souza Neto (2010) foi ainda na década de 1910 que a assistência despretensiosa que antes levava os espectadores a comparecerem aos locais dos jogos começou a se transformar, sendo este período descrito por ele como “momento de transição entre a assistência e o torcer” (SOUZA NETO, 2010, p.40). É também em meados desta década que foi encontrado pela primeira vez a utilização do termo torcida

para fazer referência aos espectadores que frequentavam o jogo com preferência por determinado time.

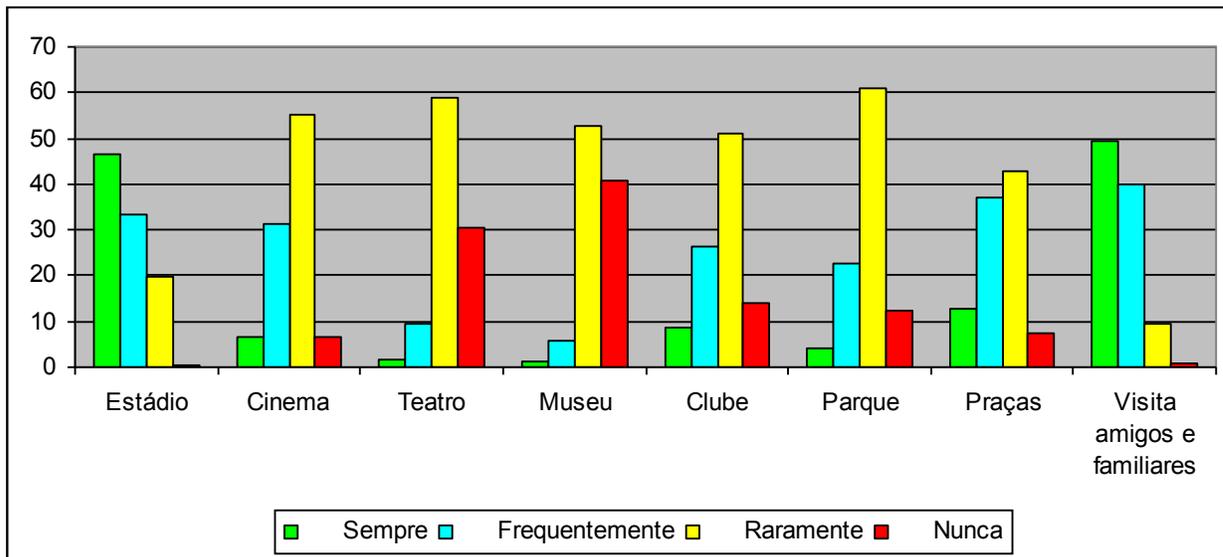
Ribeiro (2007) problematiza o fato da população do período da fundação da cidade preferir os encontros privados para atividades de lazer, apresentando uma resistência em relação à utilização dos espaços públicos, apesar da intencionalidade do projeto da cidade oferecer locais para a realização de eventos diversos e também a convivência social. Além disso, este autor afirma que "o tempo livre dos belo-horizontinos tornava-se assim, momento do descanso, a moderna idéia do entretenimento e do lazer alcançava pouca repercussão na cidade." (idem, p.132). Todavia, Souza Neto (2010) coloca que o futebol proporcionou em seus primórdios um incentivo às relações pessoais. Ou seja, mesmo a sociedade da época apresentando relutância em relação a atividades de lazer em locais públicos conforme apontado por Ribeiro (2007), paulatinamente este esporte passou a fazer parte da vida das pessoas, transformando a prática e a assistência como parte do estilo de vida social da cidade.

Efetivamente, esta contextualização concisa da inauguração do futebol como uma atividade de lazer na cidade de Belo Horizonte, tanto na sua prática quanto na assistência, junto ao recente nascimento desta capital e somado à preferência por espaços privados para a fruição do tempo livre da população se faz necessária no sentido de estabelecer um perfil dos moradores desta época. Perfil este que possivelmente foi herdado desta época.

Portanto, este perfil citado anteriormente parece ser uma herança dos moradores da cidade no início do século XX, pois pode ser visualizada nos dias de hoje, para o perfil da amostra deste estudo, como podemos ver no Gráfico 1 abaixo. Inicialmente, analisando a questão sobre a frequência dos torcedores em algumas opções de lazeres, é possível identificar que as opções *sempre* e *frequentemente* possuem quase 80% das respostas somadas, para a presença no estádio. Outro dado que merece destaque nesta análise e que nos auxilia na constatação desta afirmativa é a indagação referente à frequência com que realizam visitas a amigos e familiares, a soma dos itens

sempre e frequentemente é de 90%, inclusive superando o resultado demonstrado há pouco.

Gráfico 1 - Frequência em atividades de lazer

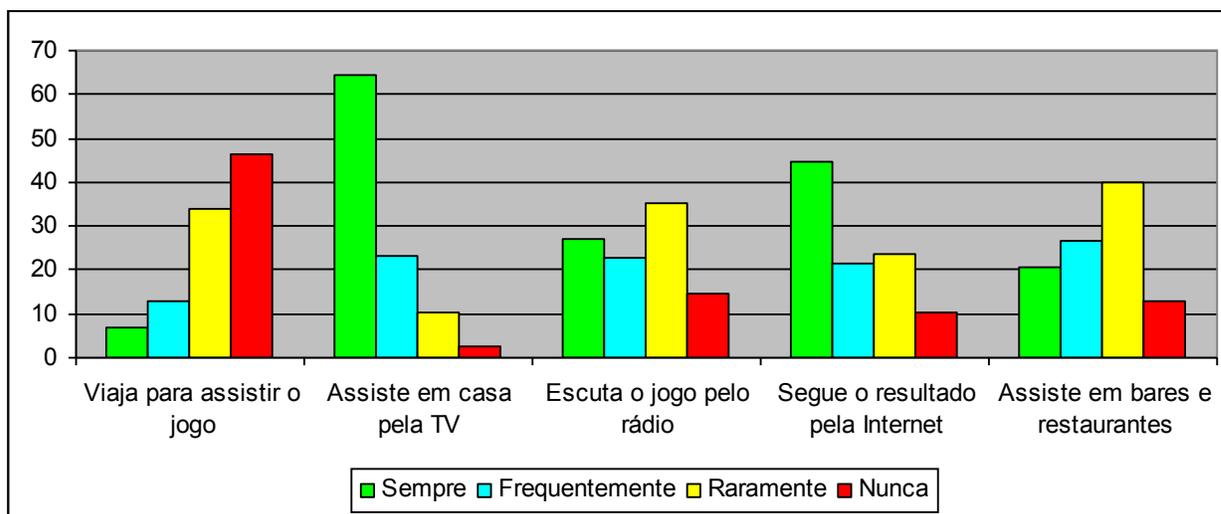


Além disso, neste gráfico também é possível perceber uma baixa frequência dos respondentes a locais públicos como praças, parques e museus, tendo neste último a menor presença destas pessoas, onde mais de 90% marcaram que *raramente* ou *nunca* compareceram a este local. Adicionalmente ao fato dantes abordado, Couto e Silva (2013) colocam que há uma distribuição deficitária dos equipamentos de lazer em Belo Horizonte, uma vez que estes estão aglomerados na região centro-sul. Desta forma, eventos culturais gratuitos ocorrem com maior regularidade nesta regional da cidade, beneficiando os moradores desta parcela da população e cerceando a participação daqueles que habitam locais mais afastados.

Seguindo em nossa análise, identificamos que 80% dos respondentes *raramente* ou *nunca* viajaram para assistir um jogo “fora de casa”. Este resultado pode ser explicado porque, em um país de grande extensão territorial como o Brasil, viajar para acompanhar o clube do coração pode ser uma tarefa árdua para o torcedor. Primeiro porque atravessamos uma grave crise política, que influencia no setor financeiro e em um alto índice de desemprego, fazendo com que a forma mais rápida de viajar, a aérea,

seja de difícil acesso devido a seu alto custo. Segundo, porque viagens terrestres são demoradas e cansativas, e com jogos realizados no meio de semana, quarta e quinta-feira, o torcedor precisa abdicar de outras obrigações para acompanhar seu time.

Gráfico 2 - Como acompanha os jogos do seu time como visitante



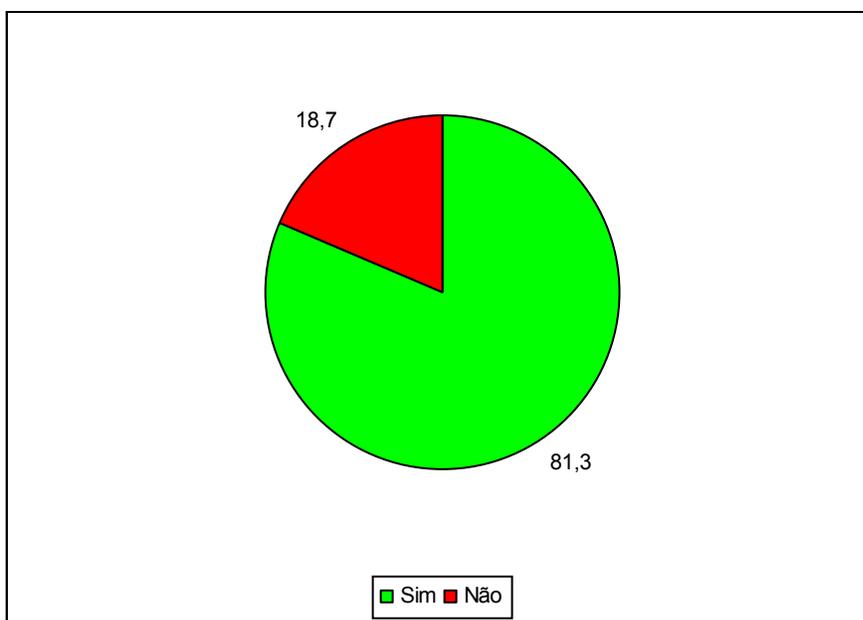
Acrescentando mais uma informação a esta discussão, percebemos que a casa aparece como preferência do torcedor em assistir aos jogos do seu time quando ele atua como visitante, com mais de 85% das respostas somando os itens *sempre* e *frequentemente*. Este é mais um argumento que pode ser acrescido em prol do pressuposto de que herdamos uma preferência pelo espaço privado em detrimento do público. Esse resultado vai ao encontro da afirmação de Marcellino (1996) quando ele aponta que o lar é o equipamento de lazer preferencial da maioria das pessoas.

Abrantes e Silva (2016) concluem em seu trabalho que “o torcer no futebol e os bares são duas importantes manifestações de lazer para a população de Belo Horizonte” (idem, p.1245), o que podemos identificar também neste estudo, pois quase 50% dos participantes definiram que assistem aos jogos de seus times em bares e restaurantes, somando as opções *sempre* e *frequentemente*. Ainda de acordo com estes autores, esta é uma opção “desde os bairros mais desfavorecidos, até em bairros mais abastados da cidade” (ibidem, p. 1245), mas problematizam que “precisamos avançar

muito em relação às ofertas culturais e de lazer que são disponibilizadas e acessíveis à população” (ibidem, p. 1245-1246).

Ainda analisando o Gráfico 2, podemos identificar também uma certa sobrevalorização em acompanhar os jogos como visitante por meio da internet, aproximadamente 65% assinalaram *sempre* ou *frequentemente*, do que por intermédio do rádio, 50% para estas respostas. Uma possível explicação para esta situação pode ser encontrada no fato do crescimento ao acesso às novas tecnologias e à utilização de redes sociais – facebook, whatsapp e outras – para acompanhar o time e também participar de discussões com outros torcedores, como mostra o Gráfico 3.

Gráfico 3 - Acompanha discussões do time em redes sociais



Neste sentido, podemos inferir que o futebol, mais precisamente o torcer, domina uma quantidade significativa do tempo de lazer dos torcedores pesquisados. Stebbins (2012) entende o tempo de lazer como tempo livre, sendo esse o período distante de obrigações desagradáveis e também que esse tempo pode ser minutos, horas, dias e assim por diante. Essa questão fica mais evidente ao analisar as entrevistas, nas quais confirmamos essa dedicação de tempo ao torcer, conforme podemos ver nas falas dos torcedores:

O meu torcer é quase 100% do meu lazer. [...] Óbvio que, tipo assim, eu consigo dividir um pouco do meu tempo pra passar um pouco com meus familiares e tudo mais. Só que tem aquela coisa, meus familiares a maioria é americano, é difícil de se ver isso. Então a gente acaba se dividindo dentro desse lazer e pra nós o América é um lazer completo. Então, tipo assim, não há problema pra gente, né, se divertir com o América. Então, lógico que tem as outras particularidades também, né!? A gente sai um pouco aqui, um pouco ali, mas hoje 90% do meu lazer é ir pro estádio torcer pro América. (AM02)

Na realidade o meu lazer é torcer pro atlético e ir pro estádio. (AT02)

Ah! O torcer pra mim sempre ficou em primeiro plano. Assim, eu sou daquelas que pega um calendário e já vou marcando o que dá pra ir realmente, o que eu não posso faltar. E segundo plano fica o resto, o restante. Mas se eu não posso ir, eu junto uma galera ou a gente assiste na rua ou na casa de alguém. (CR03)

Desta forma podemos perceber a importância do torcer na vida destes indivíduos e a dedicação destes torcedores é explicada por um fato que vimos no capítulo anterior, o amor que eles possuem pelo clube do coração. Assim, este afeto faz com que eles se envolvam com time e as questões relacionadas ao torcer de tal maneira que apresentam um compromisso com o seu torcer. Além disso, este compromisso está além do estar presente no estádio para torcer, ou assistir pela TV, ou escutar o jogo pelo rádio, entre outros. Em outras palavras, o jogo é só uma das atividades que estas pessoas realizam em favor do amor pelo seu time.

Devido a esta importância que foi identificada no torcer, iremos adotar a perspectiva do lazer sério (STEBBINS, 2012) para analisar e descrever esta atividade. Ao relacionar o adjetivo *sério* ao lazer, tendemos a pensar, inicialmente, como uma qualificação pejorativa que deixa a impressão de algo austero, sóbrio. Porém, quando usamos esta adjetivação pensamos em qualificar o lazer como algo importante, real e sincero, especificamente pensando no torcer por esta atividade possuir um forte engajamento dos torcedores. Assim, nesta perspectiva é possível identificar seis qualidades nos praticantes de atividades de lazer sério (STEBBINS, 2012) e que serão utilizadas para

compreender estes indivíduos. São elas: perseverança, carreira de lazer, esforço, benefícios duráveis, ethos e identidade.

Perserverança

A perseverança, de acordo com Stebbins (2012), está no fato de que os indivíduos buscam na superação de desafios um motivo para que possam experimentar a satisfação na atividade. Desta forma, em primeiro lugar, a certeza de vitória de uma equipe é algo que não pode ser fixada, pois é comum termos notícias de times que aparentemente são melhores do que outros não alcançarem a conquista esperada. Além disso, é comum também vermos as equipes passarem por altos e baixo dentro de uma competição ou, até mesmo por momentos mais longos em que não conseguem efetuar uma sequência de bons resultados, deixando sua torcida apreensiva. Assim, o ato de torcer se apresenta como uma prática repleta de desafios.

Prontamente, todos os torcedores entrevistados apresentaram uma fase difícil de seus times e que foi um desafio tanto para o time quanto para o torcedor. Em todos os casos foram identificadas campanhas ruins que culminaram em rebaixamento, nos casos de América¹⁵ e Atlético¹⁶, e quase rebaixamento do Cruzeiro¹⁷. Porém, o sentimento demonstrado por eles foi o mesmo: vergonha, humilhação e sofrimento. Mesmo assim, apesar das adversidades enfrentadas nestes momentos, estes torcedores continuaram apoiando e acompanhando seus times, demonstrando sua perseverança e sua crença de que a situação vai melhorar. Abaixo estão algumas falas dos torcedores que fundamentam essa percepção:

Eu encarei essa situação como o seguinte, ali eu vi que eu era americano mesmo, né!? Você encarar jogos como taças bem inferiores em MG, quase que amadoras como Taça Minas Gerais, o próprio Módulo II assim, eu acho muito pequeno para um clube do tamanho do América. Foi foda! Mas acho que é aquela coisa,

¹⁵ O América terminou o Campeonato Mineiro de 2007 na última colocação sendo rebaixado para o Módulo II.

¹⁶ O Atlético terminou o Campeonato Brasileiro da Série A em 20º lugar entre 24 equipes participantes e foi rebaixado para Série B.

¹⁷ Durante o Campeonato Brasileiro da Série de A de 2011 o Cruzeiro realizou uma campanha ruim e só se livrou do rebaixamento para a Série B na partida disputada na última rodada.

fases más a gente tem que apoiar, a gente tem que tá junto, que a gente nunca desgrudou do América. (AM02)

Enfrentamos esta situação no dia a dia, indo pro estádio. Num adianta ficar em casa reclamando, chorando não, a gente tem que ir, apoiar. A gente tem que estar no momento bom e no momento ruim. (AT02)

Então, foi uma coisa complicada né!? Que foi um ano inteiro sofrendo, mas de qualquer forma, como a gente é um torcedor verdadeiro, um torcedor que gosta do clube, a gente sempre acreditou que a gente conseguiria sair daquela situação e graças a Deus a gente conseguiu. (CR02)

Carreira de lazer

Segundo Stebbins (2012), ter uma carreira de lazer está relacionado ao envolvimento, isto ocorre porque com o passar o tempo os indivíduos adquirem conhecimento e também conquistas e recompensas. Assim, conforme discutido anteriormente, o envolvimento dos torcedores com o time é algo muito longo. De todos os participantes, apenas uma entrevistada respondeu que não é torcedora de seu time desde que nasceu, porém ela possui neste momento mais de 30 anos de relacionamento com o clube, desde quando se casou e foi influenciada pelo marido a fazer a troca.

Agora, como todos os indivíduos possuem um tempo consideravelmente longo de envolvimento nesta atividade de lazer, vamos apresentar a questão das conquistas que podem aparecer de diversas formas e que para alguns pode representar algo efêmero, mas para a pessoa que a atingiu, possui um grande significado. Efetivamente, as vitórias representam o primeiro tipo de conquista relatado pelos torcedores e partir destas é possível chegar ao segundo tipo, os títulos vencidos pelos times. As outras conquistas relatadas possuem uma característica mais pessoal para os sujeitos, como o desenvolvimento de amizades, a aproximação com familiares, o resgate de memórias importantes, entre outras.

As recompensas eu acho que são inúmeras né?! Pelas pessoas que entram na nossa vida por causa do América foi muito bom. Então eu tenho muitos amigos americanos, inclusive os melhores amigos são da torcida do América. (AM01)

A maior recompensa ela é recente, é de ver o clube crescendo, de ver dirigentes dando mais atenção, menos cabeçada, colocando o clube, a instituição nos trilhos. E a torcida fiel como sempre. E aparecendo resultados. (AT01)

Ah títulos né! Com certeza! Já ganhei muitos títulos já, principalmente. (CR02)

Esforço

Esta qualidade do praticante de lazer sério está ligada diretamente à anterior de acordo com Stebbins (2012). Uma vez que os indivíduos possuem um longo de tempo de envolvimento nesta atividade, eles realizam diversos esforços pessoais para seguirem o time. Primeiramente, para terem um alto nível de conhecimento sobre o time, eles precisam dedicar tempo buscando informações, sejam elas atuais ou históricas. Desta forma, os torcedores utilizam parte do seu tempo de lazer acompanhando programas esportivos, pelo rádio ou pela TV, lendo notícias na mídia impressa ou digital e realizando discussões nas redes sociais.

Outro esforço considerado pelos entrevistados está no fato de acompanhar os jogos do time presencialmente, principalmente os jogos fora de casa. Para estarem presentes nestas partidas eles chegam a viajar mais 1.700 km, atravessando o país e até mesmo fronteiras para seguir o time. Contando o tempo gasto na ida, na permanência no local do jogo e na volta para casa, estas viagens podem durar uma semana inteira. Além disso, há também um esforço financeiro considerável para poder acompanhar todas as partidas em casa. Como ilustra os trechos abaixo:

Então, assim, eu já abri mão de muitas coisas particular pra acompanhar o América no Brasil afora. Então, assim, atrasa alguma coisa para ir na Bahia ver o jogo. (AM01)

Assim, todo mês às vezes a gente, sabe, pega R\$30,00, deixa de sair pra algum lugar pra ir no jogo. (AT03)

Vou te falar, eu fui... já fui em caravana já pra Argentina, já fui em caravana já pro Paraguai. Coisa que nada, nada foi 30 horas para ir e 30 horas pra voltar, entendeu, são mais ou menos isso aí. É uma semana perdida, né!? Você perde uma semana de trabalho, dentro de um ônibus, acaba brigando com namorada, às vezes a esposa, quem tem esposa claro né!? (CR02)

Benefícios duráveis

“Autorrealização, auto-enriquecimento, auto-expressão, regeneração ou renovação do eu, sentimentos de realização, aprimoramento da auto-imagem, interação social e senso de pertença, e produtos físicos duradouros”¹⁸ (STEBBINS, 2012, p. 73, tradução nossa) são os benefícios duráveis listados por Stebbins. Nesta qualidade, as características citadas possuem um alto teor de pessoalidade, pois estamos falando de sentimentos individualizados. Desta forma, serão apresentadas algumas falas que representam alguns destes benefícios:

O América se tornou uma paixão né, ao longo do tempo. Eu tenho, hoje, duas tatuagens do América. Então, tá cravado na pele e eu falo "se um dia o América deixar de existir, pra mim o futebol acaba". Então, passa a não ter graça mais o futebol. (AM01)

Obter um momento de satisfação, mesmo com o time perdendo às vezes, mas é gratificante você sair da rotina, do dia a dia de trânsito, você sair da rotina do dia a dia de compromissos né... e tomar uma cervejinha, e comer um tropeiro, e... faz parte né... (AT01)

No velório da minha mãe. Eu fui no jogo do Cruzeiro, foi numa libertadores. Eu assisti o jogo primeiro para depois ir. Mas aquilo de certa forma me acalmava. (CR03)

Ethos único

De acordo com Stebbins (2012), um ethos único é a expressão de um senso de comunidade dos participantes do lazer sério, na qual é compartilhado atitudes, práticas, valores, objetivos, crenças, dentre outros. Assim, podemos pensar que a torcida de um time de futebol é um microcosmo que reúne um grupo de pessoas com um objetivo principal em comum, torcer para determinado time. Dentro deste local as pessoas se reconhecem como pares por terem sido apresentadas a representações semelhantes e assim, carregando os mesmos símbolos. Por mais que uma torcida possa ainda se

¹⁸ “self-actualization, self-enrichment, self-expression, regeneration or renewal of self, feelings of accomplishment, enhancement of self-image, social interaction and sense of belonging, and lasting physical products”. (STEBBINS, 2012, p. 73).

fragmentar em outras partes menores, como por exemplo, torcida organizada A ou B, o objetivo principal que os uniu inicialmente como uma comunidade continua o mesmo: torcer para determinado clube e assim desejar o melhor para ele.

Desta forma, os torcedores buscam a convivência dentro do seu grupo com aqueles integrantes que lhe são próximos em se tratando das representações que são próximas para ambos. Então, por compartilharem de valores e crenças semelhantes, estes indivíduos se reconhecem como amigos pessoais e em alguns casos se reconhecem como parentes e se autointitulam como uma família. Há também os casos em que a aproximação com grupos menores ocorre por somente pela aproximação de ideais. Estes exemplos podem ser identificados nas falas abaixo.

Então, assim, hoje eu vejo, tenho muitos amigos americanos né!? Que se tornaram inclusive, a gente fala que a gente é a família América né!? Porque a gente tem muitos amigos, a gente faz encontro direto. Gosto muito, eu acho que cada dia entram pessoas novas aí no grupo que, é sempre aberto. O América é uma família mesmo né!? (AM01)

As pessoas que a gente vai construindo dentro da torcida e vai se tornando mais um... aqueles irmãos que a gente não teve, eu tenho só uma irmã, então o irmão que a gente teve, eu construí muitos irmãos lá na torcida. (AT02)

Eu faço parte de uma torcida que chama resistência azul popular. Que é uma torcida muito diferente da qual, o pouco que eu conheci de torcida organizada, que ela é uma torcida que, enfim, busca espaço nas mulheres em relação ao esporte, em relação ao campo né, em estádio. Tem um lado feminista também, tem um grupo feminista. (CR03)

Identificação

Por último, a sexta qualidade apresentada por Stebbins (2012) está relacionada à identificação do indivíduo com sua atividade de lazer. Desta forma, como este sujeito reúne todas as outras qualidades apresentadas anteriormente, elas acabam moldando os torcedores com suas representações e assim definem a identidade destas pessoas. Assim, as pessoas que participam de atividades de lazer sério possuem uma forte

identidade relacionada a esta atividade e pode ser vista no alto nível de identificação do torcedor com o clube, conforme será discutido nos próximos tópicos.

Então cara, desde basicamente quando eu nasci né, eu não tinha muita opção também não, meu pai é americano e, na verdade eu comecei a ir ao estádio muito novo, com uns três ou quatro anos e me identifiquei mesmo. (AM01)

2.4. Perfil dos Torcedores Organizados e Torcedores Comuns

As transformações ocorridas com o público espectador do futebol no início do século XX passaram pela reconfiguração da assistência ao espetáculo esportivo para o pertencimento clubístico e a definição deste sujeito como *torcedor*. Estas mudanças continuaram ocorrendo ao longo do século passado e permanecem acontecendo até os dias de hoje. Uma das principais mudanças ocorridas foi a passagem de uma forma individualizada do torcer para uma mais coletiva. De acordo com Hollanda (2009), esta mudança ocorre nas décadas de 1930 e 1940 com o surgimento do chefe de torcida que era alguém de destaque

por sua seriedade e compromisso, figura assídua e tradicional nos jogos, com uma capacidade de comunicação e com uma liderança tidas como inatas, reconhecidas pelos torcedores, pelos dirigentes e pelo policiamento na coordenação do incentivo aos jogadores (idem, 2009, p.105)

e assim, com tais características, outros espectadores passavam a se reunir ao redor destes sujeitos para assistir aos jogos.

No ano de 1940 foi criada a primeira organização torcedora no estado de São Paulo, sendo a Torcida Uniformizada do São Paulo identificada como a pioneira deste tipo instituição (TOLEDO, 2000). A partir desta década foram criadas outras organizações da mesma espécie em São Paulo e também no Rio de Janeiro, porém com o nome de Torcidas Organizadas (HOLLANDA, 2009), sendo que estas organizações tinham como base “uniformidade, os torcedores assemelhavam-se em nível interno porém se diferenciavam em nível externo face aos demais espectadores; e organização, o grupo

funciona por cooperação entre si e por subordinação a uma liderança única consensual” (HOLLANDA, 2009, p. 107 e 108).

Segundo Toledo (2000) e Hollanda (2009), as torcidas organizadas – ou uniformizadas – tiveram uma participação importante não só na questão de animação das torcidas durante o espetáculo esportivo com a criação de coreografias, músicas e levando faixas e bandeiras, como também na questão disciplinadora. Inicialmente estas instituições eram parceiras do poder público e auxiliavam na organização do espetáculo, na “educação” do torcedor e, de certa forma, auxiliavam a manter a ordem nos estádios, tentando assim aplicar um padrão de comportamento dos espectadores de futebol.

As torcidas organizadas como são conhecidas hoje nascem no final da década de 1960 ainda seguindo a proposta anteriormente apresentada de apoio incondicional ao time, de coreografar o espetáculo das torcidas, mas principalmente possuem o intuito de pleitear junto ao clube melhorias nos times, visto as transformações que o futebol propriamente dito passava naquela época. A profissionalização do futebol trouxe a necessidade de uma preparação melhor dos clubes, exigindo técnica e táticas mais apuradas dos jogadores, comissões técnicas mais especializadas e dirigentes mais preocupados em preparar seus times para as disputas que tivessem pela frente. Foi nesse contexto, segundo Toledo (2000) que surge em 1969 a Gaviões da Fiel, torcida organizada do Sport Club Corinthians, já debatendo a legalidade do então presidente do clube que ocupava o cargo há 15 anos. O Rio de Janeiro foi palco de processo semelhante no qual foram criadas em 1969 a Torcida Jovem do Flamengo e a Torcida Jovem do Botafogo e em 1970 a Força Jovem do Vasco e a Torcida Youg-Flu do Fluminense, tendo como primeiras ações de notoriedade nos jornais da época, protestos contra a performance dos times (HOLLANDA, 2009).

Em relação às torcidas organizadas dos times de Belo Horizonte, ainda não há um estudo que tenha se dedicado a uma análise do contexto histórico de surgimento das mesmas, porém o Grupo de Estudos sobre Futebol e Torcidas (GEFuT) realizou duas pesquisas acerca desta temática. Primeiro foi realizado um levantamento das torcidas

organizadas¹⁹ pertencentes aos três clubes de Minas Gerais participantes da Série A do Campeonato Brasileiro de 2008 – Atlético, Cruzeiro e Ipatinga –, no qual foram analisados dados sobre a torcida como uma coletividade que representa um grupo de torcedores de um mesmo time, pensada como uma instituição. Posterior a este estudo foi realizado uma pesquisa a fim de identificar o perfil dos torcedores organizados vinculados a estas TOs, tendo como base a individualidade dos torcedores pertencentes a estes agrupamentos para tentar compreender o todo (SILVA *et al*, 2012).

No que se refere aos torcedores comuns (TCs), nomenclatura dada pelos estudiosos das ciências humanas e sociais para aqueles que não pertencem a uma torcida organizada, Melo (2013) realizou um estudo analisando somente estes torcedores no sentido de investigar como estes se relacionam com o torcer. Sua justificativa para este trabalho se pautou na lacuna existente em estudos que exploram este público e em demasiados estudos sobre os torcedores organizados. Como resultado de sua investigação, identificou a carência de uma rivalidade para com o América de acordo com seus torcedores e confirmou a relação de rivalidade entre Atlético e Cruzeiro. Além disso, explicitou que o torcedor americano não possui um símbolo que seja mais frequentemente associado a seu clube, enquanto que os atleticanos demarcaram a torcida como símbolo principal e os cruzeirenses escolheram as cinco estrelas como símbolo maior do clube.

A relação entre torcedores comuns e torcedores organizados é algo que merece destaque por despertar a ideia de que há diferenças no sentimento de seus integrantes pelo clube para o qual torcem e até mesmo na forma de torcer e se portar. Silva (2005) cita que os torcedores comuns do Vasco criticam as relações entre TOs e diretoria e as “ajudas mútuas”, enquanto que os torcedores organizados se julgam mais importantes que os comuns. Por sua vez, Melo nos diz que

¹⁹ No estudo do levantamento foram realizadas entrevistas com os diretores de cinco TOs do Atlético, cinco do Cruzeiro e duas do Ipatinga. No estudo seguinte, a intenção dos pesquisadores era de entrevistar utilizando questionários os integrantes das 10 torcidas pertencentes aos clubes de Belo Horizonte, investigadas no estudo anterior, porém somente seis aceitaram participar. (SILVA *et al*, 2012)

os torcedores comuns percebem a importância das torcidas organizadas para uma partida mais bela e emocionante, uma vez que são elas, na maioria das vezes, que entoam cantos e gritos de guerra, que expõem faixas, bandeiras e bandeirões, que embalam coreografias e movimentos nos estádios. Ao mesmo tempo, os torcedores comuns detectam indivíduos agressivos, muitas vezes classificados como não-torcedores, como uma espécie de exclusividade das torcidas organizadas: seres que se infiltram nessas organizações simplesmente para brigar e acabam manchando o nome dessas instituições, associando-as à violência. (MELO, 2013, p. 110)

Ao realizarmos uma comparação entre os torcedores organizados e os torcedores comuns, foi possível identificar como um dos resultados do presente estudo, que em relação aos torcedores organizados o público masculino representa 73,7% da amostra e o feminino 26,3%. Uma maior participação do gênero masculino foi também encontrada no perfil dos torcedores organizados descrito por Silva e colaboradores (2012), sendo eles responsáveis por 78%. Na comparação com o torcedor comum, há uma diferença nos valores encontrados, porém não foi encontrada uma associação significativa entre o gênero e o pertencimento a uma torcida organizada ou não.

Tabela 12 - Comparação TO X TC: Sexo

Sexo¹	Torcedor Organizado (n=118)	Torcedor Comum (n=516)
Masculino	87(73,7)	392(76,3)
Feminino	31(26,3)	122(23,7)

Frequência (%); ¹Teste qui-quadrado de Pearson

Outra característica comparada neste estudo foi a idade dos torcedores, sendo que para esta variável foi encontrada uma associação significativa de um público mais velho para os torcedores comuns em relação aos organizados. Este resultado corrobora outros dados encontrados na literatura, pois Melo (2013) encontrou uma média de idade dos torcedores comuns superior a média de idade encontrada por Silva e colaboradores (2012) para os organizados. Além disso, outros estudos relacionados às TOs já mencionavam o fato de que os integrantes destes agrupamentos serem em sua maioria jovens (REIS, 1998; TOLEDO, 2000; HOLLANDA, 2009).

Tabela 13 - Comparação TO x TC: Idade

	Torcedor Organizado (n=118)	Torcedor Comum (n=516)
Idade¹	25,5(22-33)	29,0(22,8-36,3) [†]

Mediana (1º Quartil – 3º Quartil); ¹Mann Whitney; [†]p-valor<0,05.

Outro resultado encontrado que apóia resultados de outros estudos é referente ao estado civil dos torcedores pesquisados. Há uma associação significativa de sujeitos solteiros e ser pertencente a uma TO, assim como foi encontrado em SILVA *et al* (2013). Em contrapartida foi encontrada uma associação significativa de pessoas casadas e divorciadas e a não participação em TO.

Tabela 14 - Comparação TO x TC: Estado Civil

Estado Civil¹	Torcedor Organizado (n=118)	Torcedor Comum (n=516)
Solteiro	87(73,7) [†]	324(62,8)
Casado	27(22,9)	166(32,2) [†]
Viúvo	1(0,8)	4(0,8)
Separado	3(2,5)	5(1,0)
Divorciado	0(0)	17(3,3) [†]

Frequência (%); ¹Teste qui-quadrado de Pearson; [†]p-valor<0,05.

Em contraste com a pesquisa realizada com os torcedores do Atlético desenvolvida por Santana (2016), na qual esse autor encontrou um maior número de não-sócios pertencentes a uma torcida organizada, neste estudo foi encontrada uma associação estatisticamente significativa para o fator de fazer parte de uma torcida organizada e ser sócio torcedor do seu time, conforme podemos ver na tabela 15.

Tabela 15 - Comparação TO x TC – Sócio Torcedor

Sócio Torcedor	Torcedor Organizado(n=118)	Torcedor Comum (n=516)
Sim¹	73(65,2) [†]	249(49,9)

Frequência (%); ¹Teste qui-quadrado de Pearson; [†]p-valor<0,05.

Com o intuito de entender melhor essa diferença encontrada em relação ao estudo de Santana (2016) realizamos a análise deste dado por times. Assim, encontramos que os

sócios torcedores pertencentes a uma torcida organizada²⁰ são: Atlético 17(44,7%); América 23(82,1%); Cruzeiro 33(63,5%). Desta forma, o fator que possivelmente explica a associação estatisticamente significativa encontrada neste estudo é que o número de sócio torcedores entre os torcedores organizados de América e Cruzeiro é superior a 60%, elevando o número total de torcedores que apresentam estas duas características em nossa amostra. Em nosso estudo o número de atleticanos que apresentam as duas características é inferior a 50%, corroborando com os dados encontrados no estudo de Santana (2016).

Com base nos dados analisados até o momento já podemos perceber que existem algumas diferenças entre os dois grupos. Em síntese, os torcedores organizados possuem o perfil de sujeito mais jovem, solteiro e com mais sujeitos pertencentes a um programa de sócio torcedor, em comparação com os torcedores comuns. Mesmo com estas diferenças identificadas entre os dois grupos ainda é necessário aprofundar nas questões relacionadas à identificação dos seus componentes com o clube para o qual estão vinculados. Sabemos, em primeiro lugar, que todos são torcedores, e assim todos possuem afinidade por seus clubes. Então, afinal o que os diferencia enquanto torcedores? Uma coisa é clara nesta questão, a identificação com um clube ou outro é algo que diferencia inicialmente esses torcedores. Mas quando falamos de torcedores de um mesmo clube, como podemos saber qual torcedor possui mais identificação do que outro? Podemos dizer que há pessoas mais identificadas com seus times do que outras?

Wann & Branscombe (1993) não só afirmam que há indivíduos com nível maior de identificação que outros como completam esta ideia afirmando que estes “que estão profundamente comprometidos com uma equipe de esportes devem diferir dos menos identificados em termos de seu investimento de tempo e dinheiro, registros de presença

²⁰ O número total de torcedores organizados participantes deste estudo é 118.

em partidas e padrões de atribuição de resultados dos jogos”²¹ (idem, 1993, p. 2, tradução nossa). Desta forma, estes autores desenvolveram a *Sport Spectator Identification Scale*²² que é utilizada como ferramenta para aferir a identificação de fans de esportes com seus respectivos times e que é referência para vários estudos que necessitam desta abordagem (JONES, 2000; MELNICK & WANN, 2004; WACHELKE *et al*, 2008; TOLEDO & ANDRADE, 2014; HICKMAN, 2015).

Neste trabalho adotamos a média²³ das notas da EITT para realizar a comparação entre torcedores organizados e torcedores comuns. Assim, foi possível identificarmos que há uma associação estatisticamente significativa entre pertencer a uma torcida organizada e ter um alto nível de identificação com o time, sendo este maior do que a média do torcedor comum. Entretanto, este resultado não significa que somente os torcedores organizados possuem um alto nível de identificação com seus times. Há nos dois grupos sujeitos que possuem altos níveis de identificação e indivíduos com menores níveis de identificação. Porém, há um maior número de torcedores com alto nível de identificação nos agrupamentos das torcidas organizadas.

Tabela 16 - Comparação TO x TC: Identificação com o time (EITT)

Escala de Identificação do Torcedor com o Time (EITT)	Torcedor Organizado (n=118)	Torcedor Comum (n=516)
Média das notas da EITT¹	6,7(6,1-7,0)†	6,3(5,7-6,9)

Mediana (1º Quartil – 3º Quartil); ¹Mann Whitney; †p-valor<0,05.

Tecer uma comparação destes resultados com outros estudos é uma tarefa árdua, pois não foram encontradas pesquisas que fizessem tal tipo associação. Porém alguns resultados de outras pesquisas podem ilustrar o significado de indivíduos com alto nível

²¹ “Individuals who are deeply committed to a sports team should differ from the less identified in terms of their investment of time and money, attendance records at performances, and attributional patterns for game outcomes.” (WANN & BRANSCOMBE, 1993, p. 2).

²² A *Sport Spectator Identification Scale* foi traduzida, adaptada e validada para o contexto do futebol brasileiro como Escala de Identificação do Torcedor com Time (WACHELKE *et al*, 2008).

²³ A média das notas da EITT pode variar em uma escala de um a sete. Assim, a identificação com cada item é menor quando a média é mais próxima do valor um, enquanto que quanto mais próxima do valor sete maior a identificação.

de identificação com seu time. Jones (2000) identificou em seu estudo no futebol inglês, que indivíduos com alto nível de identificação com seu time possuem um alto investimento, seja de tempo ou de recursos, nesta atividade de lazer. Em outro estudo, Melnick & Wann (2004) testaram o nível de identificação de estudantes universitários noruegueses e encontraram um alto nível para aqueles que tinham como opções times da Inglaterra ao invés de times de seu país. A justificativa para este resultado segundo estes autores é que a liga norueguesa possui uma qualidade inferior à inglesa uma vez que os melhores jogadores deste país vão para times da Inglaterra e, além disso, jogos da liga inglesa são transmitidos na TV aberta regularmente e os jornais noruegueses fazem uma cobertura completa desta liga.

Walcheke *et al* (2008) apresentou que o alto nível de identificação com o time expressa uma tendência dos torcedores acompanharem com maior frequência seus clubes, seja em partidas ao vivo ou nos meios de comunicação. Em outro estudo realizado no Brasil, Toledo & Andrade (2014) concluíram que torcedores com alto nível de identificação tendem a rejeitar os patrocinadores de times rivais. Por último, em um estudo de impacto de mercado de patrocinadores, Hickman (2015) demonstrou que os patrocinadores dos times possuem melhor participação no orçamento do torcedor quanto estes indivíduos possuem alto nível de identificação.

Assim, a partir da apresentação destes diversos resultados de pesquisa envolvendo a identificação dos torcedores com seus times, podemos compreender que há uma diversidade de comportamentos que os indivíduos altamente identificados podem apresentar. Portanto, faremos uma análise estratificada dos itens utilizados na EITT com vista a compreender melhor os dois grupos de torcedores analisados.

O grupo dos torcedores organizados apresentou mediana sete para todos os itens e uma associação estatisticamente significativa para cinco deles. As duas características que possuem resultados parecidos para os dois agrupamentos estão relacionados à importância com que seu time vença e o quanto os torcedores não gostam dos times rivais. De acordo com Silva (2005, p. 25) o time pelo qual o indivíduo torce “pode

representar uma parte da vida que dá certo”, portanto uma vitória do time pode significar uma vitória na vida do torcedor e por isso foi encontrada esta importância para os grupos analisados. Já em relação à rivalidade, o fato de identificar um time que é rival ao seu não traduz necessariamente em uma relação de ódio por aquele clube, o “outro” existe mas pode não representar significado para determinados indivíduos.

Contudo, os cinco itens que apresentaram associação significativa com os torcedores organizados estão relacionados à imagem e à importância do “ser torcedor” e como este sujeito e seus amigos o vêem como torcedor; à frequência com que acompanha o time, seja indo aos estádios, assistindo aos jogos na TV ou escutando pelo rádio e também buscando informações nestes e em outros meios de comunicação; e à frequência com que o nome ou escudo do time são exibidos pelo torcedor, conforme podemos observar na tabela 17.

Tabela 17 - Comparação TO x TC: EITT estratificada

Escala de Identificação do Torcedor com o Time	Torcedor Organizado (n=118)	Torcedor Comum (n=516)
Quão importante que o seu time vença¹	7(7-7)	7(7-7)
Quão fortemente você se vê como torcedor¹	7(7-7) [†]	7(6-7)
Quão fortemente seus amigos vêem você como torcedor¹	7(7-7) [†]	7(6-7)
Frequência que acompanha o desempenho time¹	7(7-7) [†]	7(6-7)
Quão importante é para você ser um torcedor do seu time¹	7(7-7) [†]	7(6-7)
O quanto você não gosta dos times que são os maiores rivais do seu¹	7(5-7)	7(4-7)
Com que frequência você exhibe o nome ou escudo do seu time¹	7(6-7) [†]	6(4-7)

Mediana (1º Quartil – 3º Quartil); ¹Mann Whitney; [†]p-valor<0,05.

A fim de compreender melhor a questão relacionada à frequência com que o torcedor acompanha o time, recorreremos à análise da tabela 18. Podemos identificar que há uma associação significativa para os torcedores organizados que sempre vão ao estádio. Entretanto, há também uma associação significativa dos torcedores comuns que vão

frequentemente ou raramente. Como esta verificação de associação é realizada com a resposta do mesmo item, podemos inferir que o torcedor organizado que sempre ou frequentemente vai ao estádio é mais significativo do que o torcedor comum, pois fazendo uma análise da relação contrária, os torcedores comuns que vão raramente ao estádio possuem uma associação significativa em relação aos torcedores organizados.

Tabela 18 - Comparação TO x TC: Frequência ao Estádio

Frequência ao Estádio (n=628)¹	Torcedor Organizado	Torcedor Comum
Sempre	88(75,2) [†]	203(39,7)
Frequentemente	24(20,5)	185(36,2) [†]
Raramente	5(4,3)	120(23,5) [†]
Nunca	0(0)	3(0,6)

Frequência (%); ¹Teste exato de Fisher; *p-valor<0,05.

Em seguida, serão apresentadas algumas análises que foram feitas a partir das entrevistas com os torcedores. Inicialmente, o Torcedor Organizado acredita que sua reputação perante o torcedor comum é vista de forma desfavorável, sendo configurado um preconceito em relação a eles e tendo a falta de conhecimento sobre as torcidas organizadas como fator principal para esta concepção. Portanto, foi possível notar na fala destes torcedores que a opinião desfavorável dirigida a eles é relacionada à generalização de que são todos marginais ou vândalos e que, também, estão envolvidos ou são causadores de confusões e brigas. Porém, com o intuito de se autodefenderem, estes torcedores colocam que integrantes que são desconexos com os ideais do grupo é que são responsáveis por estes atos, ou seja, “a parte de briga, dessas coisas, é uma coisa mais fora da torcida, é uma coisa mais de membros e pessoas que nem são tão membros assim” (AT03), segundo palavras de um dos entrevistados.

Seguindo com este raciocínio, os torcedores organizados procuram ter um relacionamento harmonioso com os torcedores comuns com o objetivo de evitar embates e até mesmo a resistência advinda deles. Isto porque alguns embates já foram presenciados e segundo relatos, foram ocorridos pelo motivo das bandeiras atrapalharem a visão do jogo. Em vista disso, os torcedores organizados descrevem

seus opostos como indivíduos passivos no ato de torcer, que vão ao estádio precisamente com o intuito de assistir a partida e esta ação é contrária à ideologia que estes empregam a qual se refere ao incentivo incondicional, apoiando, cantando e agitando as bandeiras, ou seja, fazendo a festa nas arquibancadas. A fim de manter esta relação de harmonia, os organizados procuram agitar as bandeiras em momentos específicos do jogo, em que não há muita movimentação em campo, como expõe o entrevistado CR02: “a gente só balança a bandeira quando o time vai entrar, quando a bola tá parada, entendeu!? Quando é lance importante, tipo assim, depois que a bola saiu, pra não atrapalhar a visão do torcedor comum do Cruzeiro”.

Contudo, os torcedores comuns são essenciais para os clubes, pois estes trazem renda para o time e também pelo motivo de contribuírem com a festa das TOs nos estádios, conforme consideração dos organizados de Atlético e Cruzeiro. Diferentemente deste pensamento, os torcedores organizados do América afirmam que os torcedores comuns são pouco frequentes no estádio e que quando estão presentes são muito impacientes, críticos e reclamam excessivamente. A problematização tecida por estes é que esse público possui um perfil de pessoas com idade mais elevada e por este motivo quase não vão aos jogos.

Por fim, uma coincidência dos torcedores comuns selecionados para a entrevista e que se tornou um fato interessante na análise dos dados diz respeito à condição de que estes indivíduos outrora foram integrantes de uma TO de seus times. Identificamos que o período da adolescência foi a época na qual estas pessoas buscaram participar destes agrupamentos e o motivo principal que influenciou a saída é concernente ao envolvimento destas em conflitos. Seguindo este raciocínio, eles continuam a desaprovar a ligação de torcedores organizados a casos de violência. Porém, ainda assim estes torcedores legitimam os organizados no sentido do qual eles são essenciais para a coordenação do espetáculo nos estádios.

2.5. Vínculo identitário dos torcedores

Para iniciar esta discussão precisamos voltar ao autor Stuart Hall e ao seu entendimento em relação à identidade e à construção de identidades. Para este autor (HALL, 2015), a pós-modernidade traz uma nova concepção sobre esta temática na qual os indivíduos adquirem várias identidades. Esse fato se dá em função do fenômeno Globalização, iniciado no século XX, que diminui o sentido das fronteiras nacionais e permite uma maior integração e conexão entre as comunidades que passam então a serem mais globais. Desta forma, as pessoas estão suscetíveis a uma numerosa variedade de significações que influenciam a formação identitária.

A construção das identidades, segundo Hall (2014), é efetivada por meio do contexto histórico e cultural a que o indivíduo pertence. Sendo assim, os discursos e práticas presentes neste meio são as representações que são apresentadas a este sujeito e o entendimento destas são fundamentais para o processo de identificação. De acordo com Moscovici (2012, p. 49) as representações sociais “são fenômenos específicos que estão relacionados com um modo particular de compreender e de se comunicar – um modo que cria tanto a realidade como o senso comum” e que há a necessidade de descrevê-los e explicar. Acrescentando, Woodward nos diz que

a representação inclui as práticas de significação e os sistemas simbólicos por meio dos quais os significados são produzidos, posicionando-nos como sujeito. É por meio dos significados produzidos pelas representações que damos sentido à nossa experiência e àquilo que somos. Podemos inclusive sugerir que esses sistemas simbólicos tornam possível aquilo que somos e aquilo no qual podemos nos tornar. (2014, p. 17)

Portanto, nossa formação cultural influencia em nossa percepção do mundo e das representações sociais. Voltando a Moscovici (2012), este autor coloca que as representações são capazes de estabelecer convenções com o poder de se criar modelos que são entendidos como verdade e, assim, também nos apresenta o que é considerado mais correto e a forma como devemos pensar. Destarte, uma das representações mais propagadas pela indústria cultural brasileira diz que somos o país

do futebol e, de tal modo, recebendo esta afirmação e todas as cargas simbólicas por traz desta acabaram por formar uma de nossas identidades: Brasileiro é apaixonado por futebol.

Ainda assim, esta representação não é uma verdade para toda a população brasileira, mas para a maioria daqueles que este fato é aceito e desta forma são amantes do futebol, a identificação com um clube é praticamente obrigatória. Assim sendo, outras identidades vão se incrustando a este sujeito a partir de representações diversas que lhe são apresentadas no decorrer da vida, relacionadas direta ou indiretamente ao campo do futebol, que vão moldando o indivíduo e criando, recriando, significando ou ressignificando o torcer e outras atitudes e comportamentos do torcedor na sociedade.

Com o intuito de nos auxiliar na compreensão da identidade dos torcedores, vamos iniciar a discussão analisando a Escala de Identificação do Torcedor com o Time, por meio da análise de cada um de seus itens, conforme a Tabela 19 abaixo. Para isso, as perguntas foram ordenadas na tabela de acordo com média das respostas dos participantes em cada item. Desta forma, podemos perceber como algumas situações e comportamentos são importantes para estes indivíduos, sendo que os itens que apresentaram as maiores médias foram: a importância de vitória do seu time e a importância de ser um torcedor do mesmo. No entanto, os itens que apresentaram as menores médias se referem ao não gostar dos times rivais e à frequência em que exibem o nome e o escudo do time. Decerto, algumas destas questões serão retomadas na discussão das entrevistas que serão realizadas logo em seguida.

Tabela 19 - Escala de Identificação do Torcedor com o Time

Pergunta (n=646)	Média ²⁴
1- Quão importante é para você que seu time de futebol vença?	6,57
5- Quão importante é para você ser um torcedor de seu time?	6,52
2- Quão fortemente você vê a si mesmo como um torcedor de seu time?	6,41
4- Durante os campeonatos, com que frequência você acompanha o desempenho do seu time por pelo menos um dos seguintes meios: a) nos estádios ou assistindo à televisão; b) no rádio; c) em noticiários da televisão ou jornais impressos; d) na internet?	6,35
3- Quão fortemente os seus amigos vêem você como um torcedor de seu time?	6,28
7- Com que frequência você exibe o nome ou escudo de seu time em seu local de trabalho, onde você mora ou em suas roupas e acessórios?	5,56
6- O quanto você não gosta dos times que são os maiores rivais do seu?	5,45

Constatamos que, ao analisar a opinião dos entrevistados sobre o que ser torcedor significa para eles, uma explicação que se apresenta forte é o vínculo afetivo com o clube do coração. Aliás, não é um eufemismo dizer que o time “escolhido” por este indivíduo é o clube do coração, pois é possível identificar em suas falas o amor destas pessoas por estas instituições. Quando não é proclamado diretamente, podemos identificar este sentimento no discurso, como nos trechos abaixo:

²⁴ Cada item da EITT é avaliado pelo respondente em uma escala de um a sete e assim a média também pode ter esses valores como mínimo e máximo, respectivamente. Assim, a identificação com cada item é menor quando a média é mais próxima do valor um, enquanto que quanto mais próxima do valor sete maior a identificação.

Torcedor é uma coisa além das quatro linhas, é um amor incondicional que você tem pelo seu clube, você dedica além dos 90 minutos do jogo. (CR02)

No momento bom o torcedor tem que ir lá e comemorar junto, mas nos momentos difíceis também é amar. A parte mais crucial do torcedor que é apoiar. Eu acho que vai muito do torcedor isso aí. Nunca abandonar o time e tudo mais. (AM02)

Então, é você querer o bem do seu time, é você ter uma identificação tanto afetiva mas também é identificação de grupo, de você ter amigos que vibram, sabe, por um time. E é muito além de assim, querer que ele ganhe, mas é todo um contexto na vida. (AT03)

Nesta última fala, é possível notar que mesmo a importância de vitória do time ser o item com a maior média nas respostas da EITT, o ser torcedor é mais do que desejar que o seu time vença. Além disso, outra questão que aparece com bastante veemência relacionada ao significado do “ser torcedor” e que não está distante desse vínculo afetivo que é característico dessas pessoas, é o fato de, para eles, o torcedor ser aquele sujeito que deve estar sempre junto, que acompanha o time, que não o abandona independente da situação, mas apóia incondicionalmente. O torcedor é aquela pessoa que assiste a praticamente todos os jogos de seu time e quando não está presente no estádio para torcer e empurrar, ele acompanha de outros lugares e por outros meios, seja pela TV, rádio, noticiários ou redes sociais. Por mais que a maior parte dos torcedores entrevistados tenha declarado que está sempre presente nos estádios, a impossibilidade para que eles acompanhem seus times indo neste local em todos os jogos é algo que também foi lembrado por eles, tendo como problematização a elitização do futebol, a reforma dos estádios para a Copa do Mundo de 2014 e o consequente aumento dos preços dos ingressos.

Então, tipo assim, só que tem uma certa parcela dessa torcida que acompanhou a elitização, então isso afastou um poucos as famílias também. Eu digo em questão, tipo assim, não é todo mundo hoje que tem acesso financeiro para poder ir a um estádio de futebol. (AM02)

Olha, pra mim torcedor é aquele cara que, num vou dizer aquele cara que frequenta o estádio todos os jogos porque hoje em dia

de acordo com os preços e tal, e a crise financeira que a galera passa. (CR01)

O clube do coração é algo intrínseco do torcedor e pode-se dizer que a influência para a escolha do time é passada de geração para geração. Esta relação é possível de ser realizada uma vez que é presente na fala dos torcedores entrevistados a questão de se nascer torcedor de determinado time, indo ao encontro de Vogel (1982) e Silva (2005) quando dizem que a escolha pelo time futebol nos é apresentada ao nascer e durante nossa educação enquanto crianças, respectivamente. Além disso, apesar da autoafirmação dos torcedores de terem nascido americanos, atleticanos ou cruzeirenses, constatamos que foi necessária também uma ação externa no auxílio à definição desta identidade, sendo esta vinda de familiares e por esse motivo faço a opção de utilizar o termo “quase”.

Eu torço pro atlético, na realidade, desde quando eu nasci. Minha mãe é atleticana doente, fanática e... sei lá, o atlético apareceu na minha vida assim. Faz parte desde sempre. (AT02)

Olha, isso aí vem do meu pai. Então desde que eu me entendo por gente na verdade. Ele me levava ao estádio desde novo, desde criancinha mesmo, num lembro a idade e eu não escolhi o time né!? Na verdade, quem é fanático igual eu sou, eu acho que a pessoa não escolhe, ela nasce. (CR01)

Sob nosso ponto de vista, os torcedores buscam por outras palavras para superlativar o seu torcer como se quisessem mostrar que são diferentes de outros torcedores, como se tivessem a intenção de dizer que são mais torcedores do que outros, no sentido de passar a ideia que seu sentimento de amor pelo clube é maior do que o dos outros. Hollanda (2009) nos mostra que enquanto no Brasil as alcunhas torcer e torcedor foram definidas para o indivíduo que assiste ao futebol e possui predileção por um time, em outros idiomas também foram identificados termos para designar este público: em inglês, a palavra *fanatic* foi abreviada para *fan* e também temos o termo *supporter* com origem no verbo *to support*; em francês foi seguido o termo inglês com a tradução para *le supporter*; em italiano o termo utilizado é *tifosi* ou *tifoso*; em espanhol aparece o *hinchas*; e no português de Portugal a palavra é *adepto*. Várias foram as inspirações que justificassem a definição destes termos como a religiosa baseada no fanatismo, na

devoção e doação ou em doenças como a tifo. Assim, é admissível que a inspiração para a utilização das palavras “fanático” ou “doente” adjetivando o torcedor e que é comum às falas dos entrevistados tenha partido destas nomenclaturas de outros idiomas.

Outra questão importante quando nos referimos à construção de identidades é que esta também ocorre por meio da diferença, ou seja, na relação com o *outro* (HALL, 2014). Assim, em um primeiro momento, o *outro* é aquele que se apresenta como o adversário ou o rival. No que diz respeito às rivalidades, Damo (1998, p. 67) salienta que “no futebol brasileiro todo clube tem seu outro, seu contrário”. Em adição a esta ideia, este autor ainda complementa que “as maiores rivalidades são entre clubes locais [...], e isto se deve, em parte, ao fato dessas rivalidades terem se constituído num período em que preponderavam as disputas pelas ligas metropolitanas, até mais ou menos os anos 30” (idem, 1998, p. 67). No caso belo-horizontino não foi diferente, Atlético e América travaram as primeiras disputas na cidade nas décadas de 1910 e 1920, nascendo destes embates a primeira rivalidade local, porém após o surgimento do Palestra Itália (hoje Cruzeiro) em 1921 o cenário passa a se reconfigurar e a rivalidade entre Atlético e Palestra já é digna de notas em jornais da época desde a década de fundação do clube italiano (ALVES, 2013).

Tendo como base esta construção histórica da rivalidade entre Atlético x América e Atlético x Cruzeiro como as primeiras dos times de Belo Horizonte, era esperado encontrar um resultado parecido nos dados coletados. Porém, de acordo com a análise de associação do fator Principal Rival e Clube foi possível identificar que as associações significativas de rivalidade para os torcedores que participaram da pesquisa são entre: América x Atlético para os americanos; Atlético x Cruzeiro para os torcedores atleticanos; e Cruzeiro x Atlético e Cruzeiro x América para os cruzeirenses, conforme podemos visualizar na Tabela 20 abaixo. Além disso, os resultados aqui encontrados corroboram em parte os resultados encontrados por Melo (2013), pois, em seu estudo de mestrado encontrou, naquele momento, que o torcedor americano carecia de um time como seu rival por não encontrar uma grande relação de ódio do

América com os outros times, diferentemente de Atlético e Cruzeiro em que identificou valores bastante elevados de ódio entre seus torcedores.

Tabela 20 - Principal rival

Principal Rival ¹	América (n=65)	Atlético (n=291)	Cruzeiro (n=290)
América	0(0)	8(2,8)	24(8,3) [†]
Atlético	43(68,3) [†]	0(0)	235(81,6) [†]
Cruzeiro	7(11,1)	243(86,2) [†]	0(0)
Outros	13(20,6) [†]	31(11,0)	29(10,1)

Frequência (%); ¹Teste qui-quadrado de Pearson; *p-valor<0,05

Neste ponto é interessante apontar algumas situações ocorridas durante a coleta de dados que podem nos ajudar a entender o motivo pelo qual foi encontrada uma associação significativa na rivalidade entre Cruzeiro x América por parte dos cruzeirenses. Ao acompanhar os entrevistados respondendo ao questionário, que era de auto-preenchimento, foi possível perceber, em inúmeras oportunidades, certo tom de escárnio por parte dos respondentes ao chegarem nesta questão. Diversos eram os comentários tecidos com o intuito de diminuir a importância do outro e até mesmo de ignorar a sua existência, era praticamente uma negação à existência de um time rival. Foi possível escutar torcedores falando que os rivais eram times como o Real Madrid ou o Barcelona da Espanha ou então times de menor expressão do interior de Minas Gerais. Porém, ao receber os questionários preenchidos dos entrevistados, em muitos destes casos a resposta não era condizente com os comentários, e o time apontado era aquele esperado de acordo com as rivalidades estabelecidas pelo imaginário popular. Além disso, foi possível perceber também que vários torcedores cruzeirenses comentavam que Atlético seria o principal rival, mas respondiam América no questionário.

Ainda referente a esta questão da rivalidade, a pergunta foi realizada de forma aberta sem estabelecer opções para que os torcedores escolhessem o time. Além disso, eles eram encorajados a escrever o nome do rival da forma que desejassem. Assim,

analisando as respostas na forma em que eram escritas, foi possível identificar o menosprezo de uma torcida para com a outra através dos apelidos que eram definidos para seus adversários. Esta provocação foi maior entre os torcedores atleticanos contra os cruzeirenses e vice-versa. O apelido mais comum dado aos torcedores cruzeirenses por parte dos atleticanos era “Marias”, enquanto que no sentido contrário os atleticanos eram chamados de “frangas”. Tais tratamentos reforçam a simbologia da masculinidade que está presente ao meio do futebol e de suas torcidas, como destaca Silva Júnior (2016) que o futebol ainda é um lugar sob a égide do discurso da masculinidade e que as mulheres sofrem preconceito sexista. Mesmo com as conquistas que as mulheres vêm apresentando no campo social, nota-se que o futebol ainda apresenta resistência, até mesmo por parte de algumas mulheres que insistem em repetir as alcunhas citadas acima em referência ao time adversário.

Do mesmo modo, foi possível perceber na fala dos entrevistados a questão da rivalidade e do outro, até mesmo porque uma das questões abordadas na entrevista foi a opinião sobre os torcedores adversários. Porém, além de terem citado a rivalidade em resposta a uma pergunta específica sobre esse assunto, o mesmo era retomado por eles em outros pontos da entrevista. Especificamente à questão dos adversários, eles são vistos como essenciais à dinâmica do futebol. Para os entrevistados, é necessário que haja os torcedores adversários para que o torcer tenha significado. Além disso, o adversário é visto na diferença, mas também na semelhança. Ou seja, na diferença a forma como as representações sociais foram apresentadas a eles, fazendo com que a formação cultural dentro do contexto do futebol fosse desigual a sua e, assim, tornando a escolha do time do coração diferente. Por sua vez, a semelhança é percebida na identificação de que o adversário também possui o sentimento de amor pelo clube, um clube diferente, mas ainda assim um amor que reflete no torcer. Silva (2001) conclui em seu trabalho de doutoramento que os valores dos torcedores vascaínos são identificados por eles como o que os diferenciam de outros times e torcedores, o que vai ao encontro do que foi discutido uma vez que estes são passados para os indivíduos dentro do contexto sócio-cultural em que eles estão inseridos.

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo objetivou investigar o vínculo identitário e de lazer dos torcedores de América, Atlético e Cruzeiro – clubes sediados na cidade de Belo Horizonte e participantes da série A do Campeonato Brasileiro de futebol no ano de 2016. Para isso foi proposto identificar e comparar o perfil dos torcedores organizados e torcedores comuns, identificar as práticas de lazer destes torcedores frequentadores dos estádios de futebol na cidade de Belo Horizonte e analisar a assistência ao futebol enquanto prática de lazer desses torcedores.

Inicialmente, constatamos que, para os participantes da pesquisa, o torcedor é aquele indivíduo que nasce ligado a um determinado clube por uma conexão, em grande parte das vezes, familiar. Além disso, ele é a pessoa que acompanha, apóia e ama o time do coração incondicionalmente, seja nos momentos bons e também nos ruins. Esta construção identitária, produzida pelo próprio torcedor, está ligada, segundo Hall (2014), ao contexto sócio-cultural a que o indivíduo pertence e às representações que são experienciadas por ele.

A identidade também é construída no processo de reconhecer o outro, pautado na diferença. Desta forma, identificamos que o outro torcedor, na visão dos entrevistados, possui duas representações, sendo a primeira centrada no rival e no adversário, na qual estes indivíduos são vistos como pessoas que possuem afeto por um time, porém diferente dos seus, e que são essenciais à dinâmica do futebol. A segunda representação de outro está ligada ao indivíduo que compartilha do afeto pelo mesmo clube de futebol, mas em contrapartida pertence a um grupo de torcedores que carrega características específicas.

Especificamente sobre a relação torcedor organizado e torcedor comum, a diferença foi identificada no perfil da coletividade, onde o grupo da TO apresenta mais sujeitos jovens, solteiros e sócio-torcedores em relação à TC. Além disso, a frequência no estádio e o nível de identificação com o clube é maior para os torcedores organizados,

o que não exclui que entre os torcedores comuns também há torcedores com alto nível de identificação e que estão sempre presentes no estádio.

Adicionalmente, outro fato encontrado é que o torcedor organizado acredita que o torcedor comum é preconceituoso, pelo fato de, na visão dos primeiros, os segundos pensarem que eles são causadores dos atos violentos relacionados às torcidas de futebol. Estas confusões são até identificadas pelos organizados, porém sua responsabilidade é delegada para integrantes que estão distantes da ideologia da TO, apontado como argumento de autodefesa.

No que diz respeito às opções de lazer dos torcedores pesquisados, concluímos que a preferência deles, de acordo com os dados dos questionários, está ligada à visita a amigos e familiares e também à ida ao estádio para acompanhar o seu time de futebol. Além disso, a preferência pelo torcer pelo time do coração em detrimento de outras opções de lazer foi reforçada nas respostas dos entrevistados. Assim, inferimos que esta pode ser uma herança da época da fundação da cidade, onde os moradores da cidade apresentavam certa resistência ao convívio social público e preferiam os encontros privados nos momentos de lazer, fato que se alterou com a inserção do futebol na cidade que resultou na assistência a esta prática esportiva por estas pessoas, conforme elucidam Ribeiro (2007) e Souza Neto (2010). Além disso, indivíduos altamente identificados com seus times tendem a dedicar uma porção maior do seu tempo de lazer a atividades ligadas ao torcer, como ida ao estádio, leitura de notícias e acompanhamento de programas esportivos, discussões sobre futebol e outros.

Por fim, entendemos que o torcer por um time de futebol é uma prática de lazer sério para os indivíduos que possuem um alto nível de identificação com o time. Isto ocorre porque este sujeito se dedica a acompanhar o seu time incondicionalmente, devido ao sentimento de amor que o clube representa para ele e assim podemos identificar seis qualidades neste sujeito, perseverança na atividade, uma carreira de lazer, esforços pessoais significativos, benefícios duráveis, ethos único e alto nível de identificação.

Sob nosso ponto de vista, este trabalho traz uma contribuição ao campo dos estudos do lazer e também ao campo dos estudos sobre o futebol e suas representações sociais. Este estudo apresenta uma teoria que é pouco difundida nos estudos do lazer no Brasil e desta forma pode fomentar o interesse de outros pesquisadores por esta temática.

Referências

ABRANTES, Felipe Vinícius de Paula; SILVA, Silvio Ricardo da. O futebol nos bares de Belo Horizonte: o torcer em uma cidade boêmia. **Movimento**, v. 22, n. 4, 2016.

ALVES, Rogério Othon Teixeira. **A lucta dos titans**: A invenção da rivalidade entre Clube Atlético Mineiro e a Sociedade Sportiva Palestra Itália: 1921 – 1942. 2013. 182 f. Dissertação (Mestrado em Estudos do Lazer) - Escola de Educação Física, Fisioterapia e Terapia Ocupacional, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2013.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**: Edição Revisada e Atualizada. Lisboa: Edições 70, 2009.

BOURDIEU, Pierre; **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2007.

CÉSAR, Benedito Tadeu. **Os gaviões da fiel e a águia do capitalismo**. 1982. 205 f. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas/Antropologia Social, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 1982.

COUTO, Euclides de Freitas. **Belo Horizonte e o futebol**: integração social e identidades coletivas (1897-1927). Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) – Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais – PUC Minas, 2003.

DAMATTA, Roberto. **O que faz o Brasil?** 7ed. Rio de Janeiro: Rocco, 1994.

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. 247 f. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social) - Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 1998.

_____. Bons para torcer, bons para se pensar - os clubes de futebol no Brasil e seus torcedores. **Motus Corporis**, v. 5, n. 2, p. 11-48, Rio de Janeiro: Editora Gama Filho, 1998.

_____. **Do dom a profissão**: Uma etnografia do futebol de espetáculo a partir da formação de jogadores no Brasil e na França. 2005. 435 f. Tese (Doutorado em Antropologia Social) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2005.

DAVIS, Leon. Football fandom and authenticity: a critical discussion of historical and contemporary perspectives. **Soccer & Society**, v. 16, n. 2-3, p. 422-436, 2015.

ELIAS, Norbert; DUNNING, Eric. **A busca da escitação**. Lisboa: Difel, 1992.

FANZINI, Fabio. A futura paixão nacional: chega o futebol. In: Del Priole, Mary; Melo, Victor Andrade de. (Orgs.) **História do esporte no Brasil: do império aos dias atuais**. São Paulo: Editora UNESP, 2009. p. 107-131.

GIBSON, Heather; WILLMING, Cynthia; HOLDNAK, Andrew. "We're Gators... not just Gator fans": Serious leisure and University of Florida football. **Journal of Leisure Research**, v. 34, n. 4, p. 397, 2002.

GIULIANOTTI, Richard. Fanáticos, seguidores, fãs e *flaneurs*: uma taxonomia de identidades do torcedor no futebol. **Recorde: Revista de História do Esporte**, Rio de Janeiro, v. 5, n.1, jun. 2012.

GOMES, Christianne Luce; AMARAL, Maria Teresa Marques. **Metodologia da pesquisa aplicada ao lazer**. Brasília: SESI/DN, 2005.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 12ª ed. Rio de Janeiro: Lamparina, 2015.

HICKMAN, Thomas M. The impact of fan identification, purchase intentions, and sponsorship awareness on sponsors' share of wallet. **Sport Marketing Quarterly**, v. 24, n. 3, p. 170, 2015.

HOLLANDA, Bernardo Borges Buarque de. **O clube como vontade e representação: o jornalismo esportivo e a formação das torcidas organizadas de futebol do Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro : 7Letras, 2009.

JONES, Ian. A model of serious leisure identification: The case of football fandom. **Leisure Studies**, v. 19, n. 4, p. 283-298, 2000.

Llopig-Goig, Ramon. Identificación con clubes y cultura futbolística en España: Una aproximación sociológica. **Revista internacional de ciencias del deporte**, v. 9, n.33, jul. 2013.

LUNA, Sérgio Vasconcelos de. **Planejamento de pesquisa uma introdução**. São Paulo – EDUC. 1996.

MALAIA, João M. C. Torcer, torcedores, torcedoras, torcida (bras.): 1910-1950. In: HOLLANDA, Bernardo Borges Buarque de *et al.* **A torcida brasileira**. Rio de Janeiro: 7Letras, 2012. p. 53-85.

MARCELLINO, Nelson Carvalho. **Estudos do Lazer: uma introdução**. Campinas: Autores Associados, 1996.

MELNICK, Merrill J.; WANN, Daniel L. Sport fandom influences, interests, and behaviors among Norwegian university students. **International sports journal**, v. 8, n. 1, p. 1, 2004.

MELO, Marcos de Abreu. **O rio que corre pela aldeia: Relações Estabelecidas por torcedores comuns de Belo Horizonte com o torcer, com a violência e com o novo Estádio Independência.** Dissertação (Mestrado em Estudos do Lazer) – Faculdade de Educação Física, Fisioterapia e Terapia Ocupacional, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2013.

MICHEL, Maria Helena. **Metodología e pesquisa científica em ciências sociais: Um guia prático para acompanhamento da disciplina e elaboração de trabalhos monográficos.** São Paulo: Atlas, 2009. 204 páginas.

MOSCOVICI, Serge. O fenômeno das representações sociais. In: **Representações sociais: investigações em psicologia social.** Vozes, 2012.

REIS, Heloisa Helena Baldy dos. **Futebol e sociedade: as manifestações da torcida.** Tese (Doutorado em Educação Física) – Faculdade de Educação Física, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 1998.

REIS, Heloisa Helena Baldy dos; ESCHER, Thiago de Aragão. **Futebol e sociedade.** Brasília: Líber livros. 2006.

RIBEIRO, Raphael Rajão. **A bola em meio a ruas alinhadas e a uma poeira infernal: Os primeiros anos do futebol em Belo Horizonte (1904-1921) – Dissertação de Mestrado (FAFICH/UFMG, 2007).**

ROSENFELD, Anatol - 1993 - **Negro, Macumba e Futebol.** São Paulo: Edusp.

SAMPIERI, Roberto Hernández; Collado, Carlos Fernández; Lucio, Pilar Baptista. **Metodología de la investigación.** 6ª edição. Mc Graw Hill, México – DF. 2014.

SANTANA, Thiago José Silva. **O clube no coração e/ou no bolso: os processos de mercantilização do torcer a partir de um programa de sócio torcedor.** Dissertação (Mestrado em Estudos do Lazer) – Faculdade de Educação Física, Fisioterapia e Terapia Ocupacional, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2016

SILVA, Marcelino Rodrigues da. Picadinho de raposa com sopa de galo. In: SILVA, Silvio Ricardo; DEBORTOLI, José Alfredo Oliveira de; SILVA, Tiago Felipe da. (orgs); **O futebol nas gerais.** Belo Horizonte: Editora UFMG, 2012.

SILVA, Silvio Ricardo da. **Tua imensa torcida é bem feliz...: da relação do torcedor com o clube.** 2001. 130 f. Tese (Doutorado em Estudos do Lazer) – Faculdade de Educação Física, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2001.

SILVA, Silvio Ricardo da. A construção Social da Paixão no Futebol: o caso do Vasco da Gama. In: DAOLIO, Jocimar. **Futebol, cultura e sociedade.** Campinas: Autores Associados, 2005. p. 21-52.

SILVA, Silvio Ricardo da; DEBORTOLI, José Alfredo de Oliveira; PRAÇA, Gibson Moreira; AUGUSTO, Izabela Guimarães; SILVA, Tiago Felipe da; GOMES, André Silveira. Torcedores Organizados em Belo Horizonte. In: SILVA, Silvio Ricardo; DEBORTOLI, José Alfredo Oliveira de; SILVA, Tiago Felipe da. (orgs); **O futebol nas gerais**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2012.

SILVA, Silvio Ricardo; NICÁCIO, Luiz Gustavo; CAMPOS, Priscila Augusta Ferreira; MELO, Marcos de Abreu; CRUZ, Rodrigo Martins. **Levantamento da produção sobre o futebol nas ciências humanas e sociais de 1980 a 2007**. Belo Horizonte: Escola de Educação Física, Fisioterapia e Terapia Ocupacional/UFMG, 2009.

SILVA, Silvio Ricardo da; SOUZA NETO, Georgino Jorge; CAMPOS, Priscila Augusta Ferreira. Lazer, torcidas e futebol. In: ISAYAMA, Hélder Ferreira; SILVA, Silvio Ricardo (orgs); **Estudos do lazer: um panorama**. Rio de Janeiro: Apicuri, 2011.

SILVA, Tomaz Tadeu da; HALL, Stuart; WOODWARD, Kathryn. **Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais**. 15. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014.

SILVA JÚNIOR, José Aelson. O Futebol e o Armário, 2016. Disponível em: <<http://www.ludopedio.com.br/arquibancada/o-futebol-e-o-armario/>>. Acesso em: 29 jun. 2017.

SOUZA NETO, Georgino Jorge. **A invenção do torcer em Belo Horizonte: da assistência ao pertencimento clubístico (1904-1930)**. Dissertação (Mestrado em Lazer) – Escola de Educação Física, Fisioterapia e Terapia Ocupacional, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2010.

SOUZA NETO, Georgino Jorge; CAMPOS, Priscila Augusta Ferreira; SILVA, Silvio Ricardo da. Das senhoras e senhorinhas nos “Grounds” do Sport bretão: A história da mulher nos campos de futebol em Belo Horizonte/MG (1904-1920). *Licere*, Belo Horizonte, v.16, n.3, set, 2013.

STEBBINS, Robert A. **Amateurs, professionals, and serious leisure**. McGill-Queen's Press-MQUP, 1992.

_____. **The Idea of Leisure: first principles**. New Jersey: Transaction, 2012.

TOLEDO, Luiz Henrique de. **No país do futebol**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2000.

_____. Futebol e teoria social: aspectos da produção acadêmica brasileira (1982-2002). *BIB: Revista Brasileira de Informação Bibliográfica em Ciências Sociais*, São Paulo, v. 52, p. 133-165, 2001.

TOLEDO, Ana Carolina Alves de; ANDRADE, Josmar. Atitudes de torcedores de futebol diante de marcas patrocinadoras de times rivais ao seu: um estudo exploratório. **Gestão & Regionalidade**, v. 30, n. 90, 2014.

VOGEL, Arno. O momento feliz: reflexões sobre o futebol e o ethos nacional. In: DaMATTA, Roberto. **Universo do futebol**. Rio de Janeiro: Pinakotheke, 1982.

WACHELKE, João F. R.; DE ANDRADE, Alexsandro L.; TAVARES, Lorine,; NEVES, João R. L. L. Mensuração da identificação com times de futebol: evidências de validade fatorial e consistência interna de duas escalas. **Arquivos Brasileiros de Psicologia**, v. 60, 96-111, 2008.

WANN, Daniel L.; BRANSCOMBE, Nyla R. Sports fans: measuring degrees of identification with their team. **International Journal of Sport Psychology**, v. 24, p. 1-17, 1993.

APÊNDICES

A) Questionário

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS <hr/> PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ESTUDOS DO LAZER PESQUISA: TORCER E IDENTIDADE CLUBÍSTICA: RELAÇÕES ENTRE O TORCEDOR E SEU CLUBE DE FUTEBOL RESPONSÁVEIS: SILVIO RICARDO DA SILVA JEFFERSON NICÁSSIO QUEIROGA DE AQUINO E-MAIL: JEFFERSON.AQUINO@GMAIL.COM	 
---	--

Data:	Jogo:	
Campeonato:	Horário:	Aplicador:

A) Perfil do Torcedor (Dados demográficos)

Sexo: M () F ()	Idade: _____	Você é sócio-torcedor? () Sim () Não
Pertence a alguma Torcida organizada: () Sim () Não Se sim, qual: _____		
Estado Civil: () Solteiro () Casado () Viúvo () Separado () Divorciado	Situação ocupacional: () Estudante () Empregado ou Autônomo () Desempregado () Aposentado	
Cidade em que mora: () Belo Horizonte () Outra: _____		
Quem me acompanha neste jogo: (marque mais de uma opção se necessário) () Sozinho(a) () Familiares () Relacionamento afetivo () Amigos(as) () outros _____		

B) Hábitos do torcedor e de lazer

- 1) Qual é o seu time? _____
- 2) Para você, qual é o principal rival do seu time: _____
- 3) Com que frequência você pratica as seguintes atividades de lazer?

1) Vai ao estádio de futebol	() Sempre	() Frequentemente	() Raramente	() Nunca
------------------------------	------------	--------------------	---------------	-----------

2) Vai ao cinema	<input type="checkbox"/> Sempre	<input type="checkbox"/> Frequentemente	<input type="checkbox"/> Raramente	<input type="checkbox"/> Nunca
3) Vai ao teatro	<input type="checkbox"/> Sempre	<input type="checkbox"/> Frequentemente	<input type="checkbox"/> Raramente	<input type="checkbox"/> Nunca
4) Vai ao museu	<input type="checkbox"/> Sempre	<input type="checkbox"/> Frequentemente	<input type="checkbox"/> Raramente	<input type="checkbox"/> Nunca
5) Vai ao clube	<input type="checkbox"/> Sempre	<input type="checkbox"/> Frequentemente	<input type="checkbox"/> Raramente	<input type="checkbox"/> Nunca
6) Vai ao parque	<input type="checkbox"/> Sempre	<input type="checkbox"/> Frequentemente	<input type="checkbox"/> Raramente	<input type="checkbox"/> Nunca
7) Vai à praças	<input type="checkbox"/> Sempre	<input type="checkbox"/> Frequentemente	<input type="checkbox"/> Raramente	<input type="checkbox"/> Nunca
8) Visita a amigos e familiares	<input type="checkbox"/> Sempre	<input type="checkbox"/> Frequentemente	<input type="checkbox"/> Raramente	<input type="checkbox"/> Nunca

4) Você acompanha discussões sobre o seu time em grupos de Facebook, Whatsapp e outros?

Sim Não

4.1) Se sim, com que frequência?

<input type="checkbox"/> Sempre	<input type="checkbox"/> Frequentemente	<input type="checkbox"/> Raramente	<input type="checkbox"/> Nunca
---------------------------------	---	------------------------------------	--------------------------------

5) Como você acompanha os jogos do seu time como visitante (jogos “fora de casa”)?

1) Viajo para assistir o jogo	<input type="checkbox"/> Sempre	<input type="checkbox"/> Frequentemente	<input type="checkbox"/> Raramente	<input type="checkbox"/> Nunca
2) Assistio em casa pela TV	<input type="checkbox"/> Sempre	<input type="checkbox"/> Frequentemente	<input type="checkbox"/> Raramente	<input type="checkbox"/> Nunca
3) Escuto o jogo pelo rádio	<input type="checkbox"/> Sempre	<input type="checkbox"/> Frequentemente	<input type="checkbox"/> Raramente	<input type="checkbox"/> Nunca
4) Sigo o resultado pela internet	<input type="checkbox"/> Sempre	<input type="checkbox"/> Frequentemente	<input type="checkbox"/> Raramente	<input type="checkbox"/> Nunca
5) Assistio em bares\restaurantes	<input type="checkbox"/> Sempre	<input type="checkbox"/> Frequentemente	<input type="checkbox"/> Raramente	<input type="checkbox"/> Nunca

C) Escala de Identificação do Torcedor com o Time

1- Quão importante é para você que seu time de futebol vença?

Não é importante

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

 Muito importante

2- Quão fortemente você vê a si mesmo como um torcedor de seu time?

Não muito fortemente

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

 Muito fortemente

3- Quão fortemente os seus amigos vêem você como um torcedor se seu time?

Não muito fortemente

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

 Muito fortemente

4- Durante os campeonatos, com que frequência você acompanha o desempenho do seu time por pelo menos um dos seguintes meios: a) nos estádios ou assistindo à televisão; b) no rádio; c) em noticiários da televisão ou jornais impressos; d) na internet?

Nunca

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

 Quase todos os dias

5- Quão importante é para você ser um torcedor de seu time?

Não é importante

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

 Muito importante

6- O quanto você não gosta dos times que são os maiores rivais do seu?

Indiferente

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

 Detesta

7- Com que frequência você exibe o nome ou escudo de seu time em seu local de trabalho, onde você mora ou em suas roupas e acessórios?

Nunca

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

 Sempre

D) Você aceitaria, em outro momento, ser contatado/a para uma entrevista com o objetivo de dar continuidade a essa pesquisa? () Sim () Não

Nome: _____

Telefone para contato: _____ E-mail: _____

B) Roteiro de Entrevista

- Nome:

- Idade:

- Time que torce:

- Torcida organizada:

- Estado civil:

- Escolaridade:

- Profissão:

- 1- Desde quando você é torcedor(a) do seu time e por que você o escolheu para torcer?
- 2- O que significa para você ser torcedor(a)? E ser torcedor(a) do seu time?
- 3- Qual a sua opinião sobre as torcidas e os torcedores dos times adversários ao seu?
- 4- Qual a sua opinião sobre as torcidas organizadas do seu time?
 - 4.1- Quais os motivos que o(a) levaram a não fazer parte de alguma torcida organizada do seu time? (pergunta realizada a torcedores comuns)
 - 4.2- Quais os motivos que o(a) levaram a fazer parte da torcida organizada? (pergunta realizada a torcedores organizados)
- 5- Qual a sua opinião sobre os torcedores comuns do seu time?
- 6- Em sua opinião, como é a relação entre torcedores organizados x torcedores comuns?
- 7- Você acredita que houve uma preparação para que você se tornasse o(a) torcedor(a) que é hoje? Como foi esta preparação?
- 8- Como você se prepara para acompanhar os jogos e os campeonatos que o seu time disputa? (você busca se informar sobre táticas, jogadores, suspensões, gestão ou outras, do seu time e/ou de adversários, das regras dos campeonatos)
- 9- Tendo em vista que no futebol os times passam por fases boas e ruins, para você qual foi o momento mais difícil como torcedor(a) do seu time? O que esta situação significou para você e como a enfrentou?
- 10- Qual o maior sacrifício que você já fez para torcer pelo seu time? Qual foi a sua maior recompensa?
- 11- Para você qual a relação entre sacrifícios e recompensas em ser torcedora do seu time?
- 12- Pensando que o torcer é uma opção entre várias atividades de lazer, como você divide o seu tempo de lazer entre o torcer e outras atividades?
- 13- Há algo mais que você gostaria de dizer sobre esse assunto que discutimos até aqui?

C) Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Você está sendo convidado a participar da pesquisa intitulada “Lazer e Identidade Clubística: da relação torcedor e clube de futebol”, que tem como objetivo geral investigar o vínculo identitário dos torcedores de América, Atlético e Cruzeiro – clubes sediados na cidade de Belo Horizonte e participantes da série A do Campeonato Brasileiro de futebol no ano de 2016. Cabe ressaltar que a mesma corresponde ao Programa de Pós-graduação em Estudos do Lazer da Educação Física da Escola de Educação Física, Fisioterapia e Terapia Ocupacional da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), sob a responsabilidade do mestrando Jefferson Nicássio Queiroga de Aquino e orientação do Prof. Dr. Silvio Ricardo da Silva.

A metodologia utilizada neste estudo será constituída por uma pesquisa de campo que se dará através da aplicação de questionários e entrevistas, seguida da tabulação e análise de conteúdo respectivamente em consonância com a bibliografia. A pesquisa buscará, através dos questionários, traçar o nível de identificação dos torcedores com seus respectivos times e também informações referentes aos hábitos de lazer dos mesmos, trazendo dados quantitativos. As entrevistas visam compreender a opinião dos torcedores sobre o lazer e o torcer, buscando assim abordar dados qualitativos do fenômeno. Nesse sentido, podemos previamente prever os riscos de exposição e conseqüente desconforto. Somente os pesquisadores envolvidos neste estudo terão acesso às informações, mantendo-se o anonimato dos depoentes.

Por fim assumimos o dever de tornar público o resultado desta pesquisa e reiteramos nossa disponibilidade na prestação de esclarecimentos, em qualquer etapa do estudo. Asseguramos ainda total liberdade aos participantes que poderão recusar a participar ou mesmo retirar seu consentimento sem qualquer tipo de ônus para ambas as partes envolvidas (pesquisado e pesquisador). É importante salientar que a participação na pesquisa é totalmente voluntária não cabendo qualquer forma de remuneração aos participantes. Disponibilizamos-nos através do endereço Escola de Educação Física, Fisioterapia e Terapia Ocupacional, GEFuT – Grupo de

Estudos sobre Futebol e Torcidas, Av. Presidente Carlos Luz, 4664/Campus UFMG, Pampulha, Belo Horizonte-MG.

Para maiores informações sobre o projeto entrar em com os pesquisadores responsáveis Jefferson Nicássio Queiroga de Aquino Contato: Tel.: 3327-6551 – E-mail: jefferson.aquino@gmail.com. Silvio Ricardo da Silva Contato: Tel.: 3409-2345 – E-mail: gefutufmg@gmail.com.

Belo Horizonte, _____ de _____ de 2017.

Mestrando Jefferson Nicássio Queiroga de Aquino

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Via para Arquivo

Eu _____, portador do CPF _____ e RG _____, aceito participar da pesquisa intitulada “Lazer e Identidade Clubística: da relação torcedor e clube de futebol”, realizada pelo mestrando Jefferson Nicássio Queiroga de Aquino e pelo Prof. Dr. Silvio Ricardo da Silva, vinculada ao curso de Mestrado em Lazer da Escola de Educação Física Fisioterapia e Terapia Ocupacional da UFMG.

Ciente das informações e esclarecimentos prestados na folha 01, livremente dou meu consentimento para que as informações dadas à entrevista sejam utilizados para fins deste estudo.

Belo Horizonte, _____ de _____ de 2017.

Assinatura do Voluntário