Ludmila Kelly de Oliveira Arcanjo

TORCEDORES E REDES SOCIAIS: os usos dados a mais popular comunidade do orkut do clube atlético mineiro por seus membros

Belo Horizonte

Escola de Educação Física, Fisioterapia e Terapia Ocupacional da UFMG.

2013

Ludmila Kelly de Oliveira Arcanjo

TORCEDORES E REDES SOCIAIS: OS USOS DADOS A MAIS POPULAR COMUNIDADE DO ORKUT DO CLUBE ATLÉTICO MINEIRO POR SEUS MEMBROS

Monografia apresentada ao Curso de Graduação em Educação Física da Escola de Educação Física, Fisioterapia e Terapia Ocupacional da
Universidade Federal de Minas Gerais, como requisito parcial à obtenção do título de licenciado em Educação Física.

Orientador: Prof. Dr. Silvio Ricardo da Silva.

Co – orientadora: Profa. Ms. Luiza Aguiar dos Anjos.

Belo Horizonte

Escola de Educação Física, Fisioterapia e Terapia Ocupacional da UFMG.

2013

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus por ter me dado forças para superar todos os obstáculos que surgiram ao longo desses anos.

Agradeço aos meus pais, por todo apoio, carinho e amor. Mãe, aonde quer que esteja, sei que esteve todo tempo ao meu lado e, somente por isso consegui chegar até aqui. Pai, obrigada pela confiança, e por não me deixar desistir dos meus sonhos.

Aos meus irmãos, sobrinhos, primos e primas.

Ao Adriano, por todo seu amor e amizade. Meu maior presente, companheiro pra vida toda. Sem sua ajuda não conseguiria concluir esse trabalho.

Ao Sílvio, pela orientação e amizade. Obrigada pelo carinho e confiança nos primeiros períodos, no PET e agora no trabalho de conclusão de curso.

À Luiza, pela disponibilidade de sempre, sabedoria e paciência! Sua contribuição foi fundamental. Muito obrigada!

Aos amigos de infância, do colégio, cursinho e aqueles amigos que fiz durante o curso.

Por fim agradeço a todos que acreditaram em mim e, também aqueles que duvidaram me motivando ainda mais. A todos vocês, muito obrigada!

“Vencer, Vencer, Vencer
Este é o nosso ideal...”.

(Vicente Motta)

RESUMO

O futebol, através do torcer, constitui-se um instrumento simbólico que pode funcionar como elemento de aglutinação para os sujeitos que se interessam por ele (LUCCAS, 1998). Ele transcende sua qualidade esportiva, tornando-se mediador de outras experiências de sociabilidade. Na contemporaneidade, as novas mídias vêm contribuindo para notáveis mudanças ocorridas nas interações sociais. As redes sociais trouxeram a possibilidade de expressão e sociabilização através de ferramentas de comunicação mediadas pelo computador. A ampliação do acesso à internet e aos sites de relacionamento faz com que os torcedores de futebol se apropriem de mais esse espaço para sua vivência do futebol. A apropriação desse ambiente faz parte do torcer no atual contexto histórico, justificando a importância da compreensão das dinâmicas aí construídas. Com o intuito de ampliar a compreensão da influência das novas mídias nas interações sociais no âmbito do futebol, o objetivo desse presente estudo foi analisar os usos dados à comunidade do Orkut intitulada Clube Atlético Mineiro – GALO, por seus membros. Através da análise de conteúdo de Bardin (2011), pudemos analisar como se dá a dinâmica de utilização dessa rede social entre um grupo de torcedores. Evidenciou-se o papel da comunidade de mediar as interações sociais dos membros, viabilizando uma aproximação entre eles apesar da distância física. Ao possibilitar através do interesse comum pelo futebol, e mais especificamente pelo Clube Atlético Mineiro (CAM), o encontro dos torcedores e o uso do espaço para atividades de entretenimento, classificando-a como equipamento de lazer. Dentre os textos analisados nessa pesquisa, as discussões sobre o futebol, porém não relacionadas diretamente ao clube CAM, e as discussões sobre jogos do CAM apresentam a maior média de mensagens por tópico. Quanto ao tempo, em dias, que o tópico permanece ativo, a maior média ocorreu nas discussões sobre a torcida do CAM. As conversas que não tratam diretamente do futebol ou do CAM, aparecem com a segunda maior média de mensagens por tópico. Afirmando que na apropriação da comunidade pelos seus membros as formas de lazer identificadas vão além do futebol, sendo recorrentes assuntos de entretenimento, política, tecnologia e troca de experiências.

Palavras-chave: Futebol. Redes Sociais. Torcer.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Coleta dia 19 de outubro de 2013..... 42

Tabela 2 - Coleta dia 23 de outubro de 2013..... 43

Tabela 3 – Coleta dia 27 de outubro de 2013..... 43

Tabela 4 – Coleta dia 31 de outubro de 2013..... 44

Tabela 5 – Coleta dia 04 de novembro de 2013..... 44

Tabela 6 - Dados gerais de todas as coletas..... 45

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....07

2 METODOLOGIA.....12

3 FUTEBOL.....17
3.1 Futebol e pertencimento.....17
3.2 Futebol como meio socializador.....25

4 INTERLOCUÇÃO MÍDIA E FUTEBOL**.....32**
4.1 Futebol e Mídia: As relações do futebol na sociedade contemporânea.....32
4.2 Torcidas e redes sociais.....37

5 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS.....42

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....54
REFERÊNCIAS.....57

INTRODUÇÃO

No Brasil, assim como o nome e a religião e/ou doutrina a seguir, a forte influência da escolha do time de futebol pode ocorrer até mesmo antes do nascimento da criança. A bola é um dos primeiros presentes recebidos pela maioria das crianças brasileiras, que muitas vezes mal conseguem chutá-la ou até mesmo se manterem em pé, iniciando assim desde muito cedo a construção social do ato de gostar de futebol e ser torcedor. Através da prática do futebol com amigos e/ou nas escolas, frequentando os estádios, assistindo pela televisão, em conversas nos bares ou nos transportes coletivos, a paixão pelo futebol está presente em diferentes formas na vida da maioria da população.

Conhecido mundialmente como “país do futebol”, o Brasil possui um estilo de jogo classificado popularmente como futebol-arte, sua prática é marcada no imaginário pela beleza das jogadas com dribles, floreios e toques de calcanhar. De acordo com REIS (1998), a aceitação do brasileiro pelo futebol e de grande parte da população mundial, possivelmente se deve pelas diversas manifestações emocionais que esse esporte proporciona. Ao assistir um jogo, o torcedor sente a expectativa de gols e da vitória, ao mesmo tempo em que enfrenta o receio de ver seu time disputar uma má partida ou perder. O torcedor sente a euforia da vitória ou a tristeza e a frustração da derrota.

O brasileiro não apenas gosta de futebol, mas também tem paixão por um clube de coração. Os clubes são referências da relação entre futebol e população. Participar desse mundo em um dos seus significados é fazer parte de uma torcida, vibrar, chorar, gritar, dentre outras inúmeras emoções distintas. Segundo Silva (2001) o torcer no futebol seria um dos meios dos sujeitos expressarem publicamente seus sentimentos.

A repercussão nacional conquistada pelo futebol e a visibilidade constituída pelo mesmo no nosso país foram, de certo modo, determinadas pelas produções midiáticas e os meios de comunicação em geral. Grandes acontecimentos têm marcado o crescimento de uma sociedade global, originada de transformações ocorridas nos últimos tempos. Por mais que seja um acontecimento recente, o inicio

de sua compreensão nos possibilita entender as mudanças estruturais que se inserem diretamente nos nossos comportamentos, valores, hábitos e atitudes.

Rocoo Jr (2004) afirma que diante de um mundo que a tecnologia se torna força motriz, organizando a vida dos homens; a sociedade globalizada mostra toda sua força, conferindo sentidos outros para a problemática social e cultural. As mídias fundamentam a sociedade atual, definida por alguns autores como sociedade da comunicação, não só pelas informações, imagens e dados que vivem em intensa circulação; mas também se fazerem base das mudanças do imaginário social.

Para Toledo (2002) o futebol, desde seus primórdios, foi objeto de discussão dentro dos meios de comunicação. Muito possivelmente contribuíram para sua popularização as reportagens na mídia impressa e no rádio. Essa atenção da mídia parece natural uma vez que os esportes despertaram grande atenção da população, tornando-se rapidamente uma prática de lazer bastante comum. O futebol, em especial, disseminou-se de forma bastante rápida nas primeiras décadas do século XX, tornando-se, em pouco tempo, o esporte mais praticado no país, fato que se mantém com ainda mais força na atualidade.

Na contemporaneidade, as novas mídias surgiram em meio á evolução do futebol, passando a ser mais um espaço em que a modalidade se faz evidente, dentre elas a mais significativa está a internet. Criada em plena Guerra Fria, com objetivos militares, serviria como um suporte às comunicações convencionais em caso de algum tipo de interrupção. Nos anos 1990 surgiram os navegadores, programas que habilitam que usuários interajam com documentos online, acessando e compartilhando vários tipos de conteúdos, em uma ampla variedade de sites de diferentes países. Com o passar dos anos, a Internet se tornou mais acessível à maioria da população, passando a ser utilizada por diferentes segmentos sociais com objetivos diversos. Assim, presente em vários lares e em escolas, faculdades e empresas, novas possibilidades de interação entre usuários começaram a surgir.

Em meados de 2004, surgiram os primeiros espaços utilizados pelas redes sociais na internet. As redes sociais virtuais[1], que são estruturas sociais compostas

[1] A partir desse momento me referirei a redes sociais virtuais apenas como redes sociais.

por pessoas ou organizações, conectadas por laços sociais ou interações que se comunicam mediadas pelo computador. São grupos na Internet, que permitem partilhar dados e informações, sendo estas de caráter geral ou específico, das mais diversas formas (textos, arquivos, imagens fotos, videos, etc.) [2]. Por ser uma ligação social, a conexão fundamental entre as pessoas se dá através da identidade, o compartilhamento de informações, conhecimentos e interesses. Os sites de redes sociais geralmente funcionam tendo como base os perfis de usuário, sendo uma coleção de fatos sobre o que a pessoa tem maior afinidade ou não, seus interesses, hobbies, escolaridade, profissão ou qualquer outro item que ele queira compartilhar, cujo objetivo é agregar um grupo de pessoas com quem você esteja ou deseja estar interconectado por algum fator.

No Brasil a primeira rede social a popularizar-se em escala nacional foi o Orkut [3]. O Orkut é um portal lançado em janeiro de 2004 pelo programador turco Orkut Büyükkökten[4], que inicialmente só permitia a entrada de pessoas convidadas por outras já cadastradas. A ideia era construir uma rede social a partir de alguma relação entre os indivíduos na vida real. Ainda hoje, funciona basicamente através de perfis e comunidades. As pessoas se cadastram e criam seus perfis com suas respectivas descrições, características físicas, gostos e interesses, além de compartilharem fotos e outros recursos multimídia com quem são seus amigos. Já as comunidades, são criadas pelos próprios usuários e podem agregar grupos que possuem alguma afinidade, laço ou gosto em comum, funcionando como fóruns, com tópicos (nova pasta de assunto) e mensagens (que ficam dentro da pasta do assunto).

Ao agregar pessoas interessadas em um assunto em comum é bastante plausível pensar que o futebol se tornaria tema recorrente. De fato, uma série de comunidades com temas correlatos a esse esporte permeia o ambiente do Orkut. Elas propõem unir desde os torcedores de um clube, seus rivais e adeptos que por diferentes motivos são interligados a instituição. Desta forma, os principais clubes

---

[2] http://pt.wikipedia.org/wiki
[3] http://www.orkut.com

[4] Há controvérsias sobre a criação do Orkut e da possível ligação do engenheiro Orkut Büyükkökten com a empresa norte-americana Google.

futebolísticos brasileiros reúnem em suas respectivas comunidades milhares de membros que de certa forma simpatizam com o time. Com acessos simultâneos, até mesmo de minuto a minuto, novos “posts”, como são chamadas as mensagens pelos membros, podem ser lidos nas comunidades. Postagens essas que podem variar de uma informação sobre o clube até o mais variado e indiferente assunto.

Em 2005 nas primeiras ações dentro da rede, me tornei membro do Orkut e da comunidade intitulada “Clube Atlético Mineiro – Galo”, que ainda hoje se mantém com o maior número de membros dentre as demais destinadas ao Clube. Assim, o acesso frequente se dava á procura de informações, por exemplo: possíveis contratações, titularidade de jogadores, lançamento de produtos licenciados, andamento nos campeonatos, tabelas e estatísticas, dentre inúmeras possibilidades. Entretanto, o que sempre despertou maior interesse e curiosidade, eram as postagens, várias a cada minuto, iniciando discussões baseadas em diversos fatos e assuntos, ligados ou não ao futebol e também ao clube. A partir dessa relação e das observações surgiram questionamentos e reflexões a cerca de sua utilidade. Quais seriam os usos dados á essa ferramenta tecnológica de comunicação? São abordados somente assuntos relacionados ao futebol? O clube é o principal assunto? Quais são os temas mais recorrentes?

Creio que a relevância de buscar entender essas questões está na compreensão da lógica sociocultural do torcer na sociedade moderna e sua relação com as redes sociais virtuais a partir das perceptíveis e significativas mudanças na sociedade trazidas pela internet. Mudanças essas que vem afetando diretamente as formas de interação dos sujeitos, tornando-se assim válidos estudos nessa área. Pesquisas que abordam as redes sociais relacionando-as ao torcer permitem entender a influência das novas mídias nas interações sociais no âmbito do futebol. Permitindo através da sua dinâmica análises efetivas de seus conteúdos e se apresentam como excelente campo de pesquisa quando relacionadas à área do lazer, uma vez que se caracteriza como uma de suas práticas.

Nessa perspectiva, almejo contribuir para a ampliação dos escassos trabalhos acadêmicos que realizam essa interlocução futebol e redes sociais. E compreender a perspectiva do torcer nesse novo meio de comunicação analisando

quais são os usos dados a mais popular comunidade do Clube Atlético Mineiro no Orkut por seus membros.

2 METODOLOGIA

Este estudo possui caráter qualitativo e quantitativo. Adotamos uma metodologia sustentada em fontes escritas. Os procedimentos metodológicos usados são da pesquisa documental. De acordo com Victóra (2000) existem várias técnicas de coletas de dados, entre elas a observação participante que consiste em examinar, em todos os sentidos, um grupo de pessoas ou um individuo dentro de um contexto, com objetivo de descrevê-lo, nesse estudo especificamente, o torcedor. A autora cita também a técnica de rede de relações sociais, “um conjunto especifico de vínculos entre um conjunto específico de pessoas, podendo ser usadas para interpretar o comportamento social das pessoas envolvidas” (VICTÓRA, 2000, P.68).

Após as coletas, as informações foram submetidas a analise de conteúdo. De acordo com Bardin (2011, p.41) “Um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos, sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens.”. O autor define a descrição analítica como aquela que funciona segundo procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens. Podendo ser uma analise de significados (analise temática) ou dos significantes (análise dos procedimentos).

O processo de sistematização e expressão do conteúdo das mensagens realizado sob a técnica proposta por Bardin é organizada em três etapas: 1) A *pré-analise*: fase de organização e sistematização das ideias, que são definidas os documentos a serem analisados, a retomada dos objetivos iniciais da pesquisa em relação ao material coletado, e a elaboração de indicadores que orientaram a interpretação final. 2) A *exploração do material*: é a fase em que são tratados os dados brutos do material e codificados para atender a compreensão central do texto. 3) O *tratamento dos dados obtidos e a interpretação*: nesta fase são realizadas as inferências e interpretações de acordo com o quadro teórico e objetivos propostos ou ainda identifica novas dimensões teóricas expostas através da leitura do material.

Como estamos lidando com um tema relativamente novo, utilizamos metodologias descritas na literatura que, de alguma forma, forneceram um bom parâmetro para nossa análise.

> "*Tanto a pesquisa documental como a pesquisa bibliográfica têm o documento como objeto de investigação. No entanto, o conceito de documento ultrapassa a ideia de textos escritos e/ou impressos. O documento como fonte de pesquisa pode ser escrito e não escrito, tais como filmes, vídeos, slides, fotografias ou pôsteres. Esses documentos são utilizados como fontes de informações, indicações e esclarecimentos que trazem seu conteúdo para elucidar determinadas questões e servir de prova para outras, de acordo com o interesse do pesquisador (FIGUEIREDO, 2007).*"

Seguindo o método apresentado anteriormente, os procedimentos utilizados para análise de conteúdo deste trabalho, partiram da observação direta da comunidade do Orkut intitulada Clube Atlético Mineiro – GALO. Para melhor compreensão do estudo, é importante esclarecer como ocorre a dinâmica das redes sociais, principalmente o Orkut e o porquê da sua escolha em meio a várias redes sociais.

A explosão do Orkut no nosso país coincidiu com a popularização da internet e, logo após seu surgimento em 2004 a rede social já se encontrava disponível para os usuários brasileiros. O mais popular site de relacionamento do Brasil manteve sua hegemonia até o final de 2011, aproximadamente. No ano seguinte, o Orkut foi praticamente abandonado por seus usuários que debandaram em massa para a "nova" rede social, o Facebook. E também perdeu prestigio para seu próprio gerenciador o Google, mais interessado em voltar seus esforços para o desenvolvimento de recursos para sua outra rede social, o Google+. Contudo, ainda existem aqueles que defendem o Orkut e permanecem conectados a ele, mesmo após a maioria de seus contatos migrarem para a rede de Mark Zuckerberg. Como é o caso dos usuários das comunidades.

Pouco conhecido no Brasil, o Facebook já era bastante conhecido em outros países. Nos mais variados pontos do mundo, seja na América, Europa ou Ásia, o

Facebook era a rede social mais utilizada[5]. Semelhante a outras redes sociais o Facebook permite ao usuário conversar com amigos e compartilhar mensagens, links, vídeos e fotos. Possuem grupos e “fan pages”. A ferramenta também criada em 2004 pelos americanos Mark Zuckerberg, Dustin Moskovitz, Chris Hufghes e pelo brasileiro Eduardo Saverin permite que os usuários recebam as novidades das páginas comerciais das quais gostarem, como veículos de comunicação ou empresas[6].

Apesar de bem parecidas, o que diferencia o Orkut do Facebook é a organização e disposição das informações. Enquanto o Facebook cria um espaço unificado para o recebimento das atualizações, o “Feed de notícias”, o Orkut possui espaços diversos, cada qual para um conteúdo específico. Se no Orkut existem as comunidades, no Facebook encontramos os grupos, ambos possuem a mesma finalidade, porém as comunidades possuem maior organização. As comunidades são separadas por tópicos, permitindo que os usuários realizem uma discussão sobre aquele tema especifico. E mesmo com a criação de outros tópicos, aquele fica disponível para futuro acesso, o que não ocorre no Facebook.

Nas comunidades cada coisa tem seu lugar específico, diferente da disposição das postagens nos grupos do Facebook na qual temas totalmente diferentes permanecem juntos na mesma página. E também pelo fato das postagens ocorrerem simultaneamente, não é garantido que aquela postagem especifica possa ser visualizada novamente. À medida que novas mensagens vão sendo inseridas as antigas ganham numa posição mais baixa na página até que não apareçam na página principal do grupo, o que faz com que poucas pessoas a acessem. Outra desvantagem dos grupos é o pouco espaço dado para os comentários, o que restringe as discussões quando comparamos às comunidades.

Desta forma, o Orkut vem sendo reduzido a um grande conjunto de fóruns, representado por uma de suas funções primordiais: as comunidades. Não parece haver no facebook ou em outras redes sociais de maior popularidade atualmente – twitter, google+, ask.fm, youtube - ambiente que cumpra função semelhante: encorajar o debate de temas de interesse comum a um determinado grupo de

---

[5] http://www.tecmundo.com.br/facebook/4687-como-usar-o-facebook.htm#ixzz2hnBp5Ssp
[6] http://revistaescola.abril.com.br/formacao/formacao-continuada/como-funciona-facebook-624752.shtml

pessoas. Ao longo dos anos, o Orkut se consagrou com comunidades sobre praticamente todos os temas. Desde as mais fúteis que foram criadas como piada, a outras para incentivar discussões.

As que se enquadram nesta segunda categoria estão ativas e movimentadas até hoje: “Clube Atlético Mineiro”, 313.134 membros com publicações a cada minuto, “UFMG” 25.372 membros, também com postagens diárias; “MAF* Mulheres que amam futebol” 213.707 membros sempre recebendo postagens; “Política e Justiça Social” 24.277 membros, entre outras. São fóruns de futebol, política, seriados de televisão e até mesmo dúvidas tecnológicas.

A intenção do presente estudo foi analisar dinâmicas de discussão, que se iniciam a partir de um interesse comum pelo Clube Atlético Mineiro (CAM), que ocorrem em um ambiente online. Assim, pela organização em suas comunidades, o Orkut possui maior aplicação nessa pesquisa permitindo uma pesquisa melhor estruturada.

Para analisarmos os usos da comunidade pelos seus membros utilizamos como base os acessos mais frequentes dentro de datas de coleta pré-definidas. Em uma pesquisa experimental, foram realizadas cinco coletas em um período de aproximadamente duas semanas – entre os dias 19 e 31 de agosto de 2013 –, com intervalo de dois dias entre cada uma delas, de forma a evitar a repetição de dados. Em cada um desses dias considerávamos as mensagens contidas na primeira página do fórum. Eram registradas as seguintes informações de cada tópico presente no fórum: título, autores, números de mensagens contido no mesmo, data e horário da primeira e da última postagem.

A partir dos títulos, realizamos uma categorização, agrupando os tópicos por assuntos comuns. Na sua essência a categorização é um processo de redução de dados, é a síntese das informações com destaque para os aspectos importantes. A classificação deve acontecer de acordo com os critérios previamente estabelecidos ou definidos no processo.

> “Para serem consideradas boas, as categorias devem possuir certas qualidades: exclusão mútua – cada elemento só pode existir em uma categoria; homogeneidade – para definir uma categoria, é preciso haver só uma dimensão na análise; pertinência – as categorias

> devem dizer respeito às intenções do investigador, aos objetivos da pesquisa às questões norteadoras, às características da mensagem, etc.; objetividade e fidelidade – se as categorias forem bem definidas, se os índices e indicadores que determinam a entrada de um elemento numa categoria forem bem claros, não haverá distorções devido à subjetividade dos analistas; produtividade – as categorias serão produtivas se os resultados forem férteis em inferências, em hipóteses novas, em dados exatos." (BARDIN 2011).

O estudo se apoia, portanto, em cinco categorias de análise, as quais são: Notícias não relacionadas ao futebol; Discussões sobre futebol, porém não relacionadas ao Clube CAM; Discussões sobre jogadores do CAM; Discussões sobre jogos do CAM e Discussões sobre a torcida do CAM. Como os temas possuem uma aproximação considerável, há possibilidade de uma mensagem estar incluída em mais de uma categoria.

Com as categorias definidas, novas coletas foram realizadas, totalizando cinco coletas – nos dias 19, 23, 27 e 30 de outubro e no dia 04 de novembro de 2013 -, respeitando um intervalo entre as coletas de três dias. Repetindo o mesmo procedimento da pesquisa experimental e logo após agrupando cada tópico em sua respectiva categoria. Para a análise das mensagens, selecionamos um tópico de cada categoria (com maior número de mensagens), em cada dia de coleta. Dessa forma, analisamos somente as mensagens de cinco tópicos de cada categoria.

A partir desta sistematização obtivemos indicadores para uma inferência acerca dos usos dados a comunidade e por fim realizamos a interpretação dos dados com base na literatura apresentada no estudo. Este estudo foi contemplado com um bando de dados de 188 tópicos, com um total de 16.232.

3 FUTEBOL

3.1 Futebol e pertencimento clubístico.

No Brasil o futebol é considerado uma paixão nacional. Mesmo sabendo que nem todos brasileiros gostam dessa modalidade existe esse imaginário. O fato de tantos brasileiros gostarem de futebol não ocorre necessariamente por entender sobre futebol. O gosto pelo futebol parece ir além da apreciação estética do jogo, tendo comumente um caráter afetivo entre o torcedor e um clube pelo qual torce, desenvolvendo por ele uma relação de apreço, carinho e dedicação. Essa relação é chamada por Damo (2002) de pertencimento clubístico. No Brasil, assim como o nome e a religião e/ou doutrina a seguir, a forte influência da escolha do time de futebol pode ocorrer até mesmo antes do nascimento da criança. Time esse que ela deve aprender a gostar, nos momentos de vitórias e derrotas, sem jamais pensar em substituí-lo. (DAOLIO, 2003)

O torcer pode estar presente na maioria das modalidades esportivas, mas por que especificamente o futebol foi capaz de construir a íntima relação entre clube e torcedor manifestada pelo pertencimento clubístico? Roberto Damatta acredita que essa identificação do torcer com essa modalidade seja porque o clube proporciona uma ideia de coletividade exclusiva, semelhante à família, com a qual se tem relações insubstituíveis de simpatia e amor. Elos que recriam um nível moderno à ideia de família como comunidade que nos engloba, através de um time de futebol.

Outro elemento defendido por Damatta (1982) é que, por ser jogado com os pés, o futebol cria certa imprecisão, principalmente tática, demandando maior habilidade dos jogadores, permitindo improbabilidades mesmo quando um dos times é tido como extremamente superior ao outro. É essa incerteza do jogo junto às ideias de sorte, predestinação e vitória que diferencia, no caso do brasileiro, a paixão pelo futebol dos demais esportes. E os clubes são referências dessa relação entre futebol e grande parte da população

Damo (2001) defende que a imprevisibilidade é um dos componentes centrais do espetáculo. Ela é quem mantém a tensão entre os atletas e torcedores. E que o entendimento do funcionamento do jogo é importante, porém insuficiente para

compreender, por exemplo, porque jogos prendem mais atenção do que outros, uns mais atrativos outros menos se a base estrutural é a mesmo para todos. O resultado final demarcado no placar não traduz as emoções e os melhores momentos da partida.

A excitação proporcionada é resultado da experimentação e sensações provocadas pelo desenrolar dos acontecimentos. É perceptível, no comportamento das torcidas, quando um jogo está emocionante ou não. Certamente a empolgação não será devido a um passe errado, quando o atacante erra um gol feito ou quando uma equipe é muito superior a seu adversário.

O torcer é uma preferencia individual que permite redefinir a identidade a um nível mais amplo. A escolha do time é o marco a partir do qual o indivíduo passa a fazer parte de um novo mundo, mais amplo que a casa e a família, permitindo se definir e exercitar como parte de uma totalidade de indivíduos e regras, vivida na rua, em pleno domínio público (DAMATTA, 1994).

Segundo Damo (2001), torcer por um time de futebol é a porta de entrada para o universo do movimento e da prática corporal, o que ocorre não somente no futebol, mas em qualquer esporte. Simultaneamente à prática, a discussão sobre o futebol é uma possibilidade de socialização, facilitada pelo domínio de códigos futebolísticos. Possuir esses códigos, contudo, não parece suficiente. É preciso legitimar seus conhecimentos ao torcer por um clube.

O torcedor possui diversas relações com o clube, de forma menos ou mais apaixonada, menos ou mais externalizada, não há um único modelo de torcedor. Ao tornar-se torcedor o individuo passa a fazer parte de um coletivo, adquiri uma nova identidade, como se fosse uma *máscara social.* Naquele momento sua identidade é abandonada e, participar desse ritual consiste em vibrar, chorar, gritar dentre inúmeras emoções distintas. Silva (2001) traz que o torcer no futebol seria um dos meios dos sujeitos expressarem publicamente seus sentimentos. Rosenfeld (2007) descreve a importância da presença do torcedor, que indiretamente tem coparticipação dentro de campo:

> 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;

Os torcedores aqui mencionados são pessoas que se engajam emocionalmente em torno de um time de futebol, aqueles que fazem “investimentos emocionais em torno das disputas futebolísticas”. (DAMO 2007). Estar engajado, nesse contexto, significa viver e sentir as emoções de seu clube, que leva as pessoas a acompanharem o seu dia-a-dia, seja nos meios de comunicação, em conversas, nos estádios, etc.

> Ela especifica, no espectro do torcer, um segmento de público militante, não necessariamente pela frequência aos estádios nem mesmo pelo vínculo a grupos organizados, mas pelo engajamento emocional. À diferença dos simpatizantes, que escolhem os times para os quais irão torcer conforme a circunstância, e por vezes as conveniências, razão pela qual o envolvimento raramente se estende para além do jogo, os aficionados seguem uma mesma agremiação durante e vida, estendem as emoções vividas no espaço-tempo do jogo para além dele e por vezes são capazes de atitudes tidas como irracionais. Ainda que usados seguidamente como sinônimos, torcer e pertencer são exatamente o mesmo. O primeiro serve tanto para as adesões duradouras quanto as eventuais, ao passo que o pertencimento denota uma modalidade de envolvimento propriamente intensa, equivalente ao que os nativos caracterizam como “torcedor fanático”, “doente”, “cego”, etc. (DAMO, 2001:51).

O estudo da emoção se dá dentro da perspectiva do futebol espetáculo, que tem como um de seus pilares o clubismo. Para Damo (2005), no clubismo brasileiro, os laços de sangue, culturalmente definidos como inquebráveis, ocupam uma posição de destaque. Trazendo ao clubismo uma afinidade e pertencimento, pautada na fidelidade e cumplicidade vinda, geralmente, das relações familiares[7]. Essa fidelidade seria o sentido de dever para com clube, também estimulada pela presença, sobretudo masculina como avô, pai e irmão, explicando assim, a escolha e manutenção de três a quatros gerações de uma família torcendo pelo mesmo time. Contudo, quando a relação da família com o futebol é mínima e os laços parentais

[7] Hipótese comprovada no trabalho “Tua imensa torcida é bem feliz... da relação torcedor com o clube” de Silvio Ricardo da Silva—Campinas, SP. (2001). Apesar de voltada apenas aos torcedores do Vasco. As conclusões podem ser estendidas à relação de outros torcedores com seus respectivos clubes.

não exercem influência direta, o convencimento na maioria das vezes é travado na esfera das emoções, motivado por alguma moeda de troca, seja um presente, um autógrafo de um ídolo ou uma ida ao estádio.

Para além dos laços familiares o clubismo também é abordado por Damo (2007) como estimulo à formação de comunidades simbólicas, os totens. Totem significa o símbolo sagrado adotado como emblema por tribos ou clãs por considerarem como seus ancestrais e protetores. São vistos como talismã, objetos de veneração e de culto por um grupo. Formando assim comunidades imaginadas representadas por um elemento de adoração, pode ser um animal, uma planta ou outro objeto. No clubismo, trata-se de um time de futebol. Estas comunidades imaginadas integradas a seus símbolos por laços afetivos são formadas pelos torcedores engajados, sendo assim um dos pilares do clubismo. Igualmente aos totens, os clubes possuem suas particularidades e, apresentam diferenças econômicas, sociais e culturais, sendo compostas também de valores e identidades locais, regionais e nacionais.

Nessa perspectiva os sentimentos proporcionados pelo clubismo são os percursores da formação de um determinado grupo, sendo ele responsável pelas relações sociais estabelecidas, dentro e fora do espetáculo. Analisar o pertencimento clubístico e as atitudes consequentes deste vínculo significa reconhecer nessas manifestações, mensagens que demonstram indiretamente, alguns conflitos da dinâmica social. Considerando as especificidades e as peculiaridades dos espaços sociais estabelecidos.

> [...] estamos em um ambiente permeado regras, tabus, etiquetas, rituais, enfim, de crenças e procedimentos tomados a sério pelos torcedores engajados. Se a antropologia não levar a sério tais crenças, quaisquer que seja a opinião pessoal do antropólogo, as chances de entender a dinâmica das emoções futebolísticas são nulas. Não seria exagero afirmar, pois, que antes de ser uma escolha, a adesão a um clube é um constrangimento (DAMO, 2007).

Nesse sentido, Toledo (1996) entende que o pertencimento clubístico pode ser definido como uma máscara social. A partir dela se tem acesso a um universo no qual a brincadeira e a jocosidade são essenciais, pois é por intermédio delas que se expressam sentimentos e ideais, que dificilmente seriam ditos em outro contexto.

Estereótipos são criados e retratados em gritos e músicas cantadas pela torcidas. Manifestando expressões características somente daquele espaço. Além dos conflitos relacionados á classe social e raça, também existem aqueles ligados ao gênero, como retrata uma frase bem conhecida: “Estádio não é lugar de mulher”.

A máscara clubística, quando vivenciada coletivamente, em espaços públicos estabelece o anonimato individual. Permitindo assim extravasar os sentimentos xingando os adversários, os árbitros, a polícia e os jogadores do seu próprio time. Os comportamentos nas arquibancadas são tidos como um ritual, diferente das vivências sociais no dia-a-dia. Esse caráter de ritual que permitem atitudes que em outros espaços são recebidas com estranhamento, como por exemplo, a afetividade entre os torcedores do sexo masculino. Abraços ocorrem naturalmente entre eles, o que sabemos ser incomum em outras atividades e ambientes. Assim, o esporte constitui-se enquanto espaço diferenciado, em que as emoções são externalizadas sob outros códigos, sob moldes mais flexíveis.

Para Souza (1996), as torcidas possuem características de micronações. São limitadas, sejam pelos bairros, cidades, estados, pelo clube e pela existência de outras. E por isso, onde quer que estejam sempre serão relacionadas com a identidade do torcedor, derivando da definição em relação a outro. Relações muitas vezes imaginadas. Um torcedor não se encontra, ouve ou interage com todos os outros membros de sua torcida e, nem com os jogadores do clube de coração, mas os imaginam pertencendo a mesma coletividade. E, apesar das diferenças existentes dentro delas, a solidariedade de seus membros, que formam e mantém as torcidas como comunidades.

Além disso, o pertencimento clubístico não se esgota no amor ao clube de coração, devendo incorporar, ainda, a aversão por outro, o seu contrário. De modo que a identidade do torcedor é contrastiva, ama pela afinidade e odeia pela rivalidade. Na dinâmica do futebol a existência de dois grupos antagonistas é condição necessária a sua realização e, as torcidas acompanham a mesma lógica. São grupos identificados com a disputa, com suas ações pautadas nos acontecimentos dentro de campo e nas arquibancadas adversárias. (DAMO 2002)

A dor dos rivais serve de combustível para o torcedor, razão pela qual aprender a amar seu time é tão importante quanto odiar o rival, sensibilidade esta presente na sociabilização torcedora. A incorporação do amor e ódio diante da vitória e da derrota, um “nós”, representando o clube do coração ou um “outro”, se referindo ao rival é um processo gradual, de educação sentimental, pois a expressão publica desses termos envolve algumas regras em relação, a espaços, tempos, pessoas e autocontrole do humor, sarcasmo, ironia e principalmente criatividade. (DAMO 2002)

A rivalidade é uma interação de reciprocidade, para um torcedor provocar seu rival é preciso que ele também aceite provocações. Essa interação se caracteriza da seguinte forma, torcedores tentam a todo custo desestabilizar o seu rival desqualificando tudo aquilo relacionado ao clube adversário. Atingindo direta ou indiretamente os símbolos sagrados, como por exemplo, as cores, o escudo, o mascote e até mesmo um fato relacionado á história do clube.

Um fato interessante a se destacar é a existência de níveis de rivalidade. Entendo que todo time adversário é considerado um rival, porém essa rivalidade se diferencia de acordo com a história dos times e sua regionalidade. De fato, todo clube possui um rival especifico, aquele odiado a todo custo, que provoca aversão dos torcedores, aquele que o torcedor desgosta na mesma proporção que ama seu clube de coração. Esse rival costuma ser um clube do mesmo estado, em alguns casos da mesma cidade, possuindo popularidade parecida e com um grande histórico de confrontos, os denominados “clássicos”. Sobre as rivalidades, Damo (2001) afirma:

> No futebol brasileiro as rivalidades entre as torcidas são causadas pelas rivalidades existentes entre os clubes. Em linhas gerais, as torcidas atualizam certas querelas que fazem parte da história das agremiações, boa parte delas circunscrita à própria origem dos clubes. Por isso os enfrentamentos mais densos são aqueles envolvendo clubes da mesma cidade, cujas rivalidades foram forjadas ainda nos tempos do amadorismo – antes dos anos 30 (DAMO, 2001:89).

As rivalidades entre os clubes do no nosso país parecem centradas em duas categorias: “raça” e “classe social”. Essa separação é visível quando as torcidas, em

suas manifestações, agregam características ao seu time de forma a identifica-lo em uma das duas categorias, o time “de elite” ou o “do povo” declarações que o incluem ou o afastam de determinado clube. Por exemplo, o Clube Atlético Mineiro conhecido como o time da massa e seu rival Cruzeiro Esporte Clube, descendente da elite italiana. A questão racial deriva da social, a partir da relação que é feita, em que o time do povo necessariamente é o time do negro. Da mesma maneira que o branco pertence ao time de elite. Outra relação se faz presente, os torcedores dos times de elite são estereotipados por uma homossexualidade hipotética. Categorias estas alimentadas pelo imaginário popular, não é novidade nenhuma a presença de torcedores cruzeirenses de classe baixa e negros e, atleticanos burgueses e brancos.

Essas categorias servem como fator de agrupamento entre diferentes torcidas, são as conhecidas “uniões”, parceira mantida por torcidas organizadas que “se assemelham quanto à morfologia interna evidenciada por níveis socioeconômicos e culturais bastante congruentes" (Toledo, 1996 p.105). As torcidas organizadas além de apoiar o time, almejam reconhecimento na sua cidade, estado e também a nível nacional. Esse reconhecimento é adquirido principalmente através destas uniões. A parceria é regida por regras específicas de pertencimento, afinidade e oposição aos clubes e torcidas. “Sociabilidade que também traduz a dimensão política da negociação, da hierarquia, conflito, prestigio e poder” (Toledo, 1996 p.112). Dessa forma, existe também a rivalidade entre essas “uniões” alimentadas principalmente pelas torcidas organizadas.

Considerando o contexto cultural é sensato reconhecer que há diversas formas de avaliar a significação e a importância de uma rivalidade. Podemos fazê-lo considerando a trajetória e os resultados dos clubes; o tamanho das torcidas e sua inserção na comunidade; ou ainda colocando em foco não apenas esses aspectos quantitativos, mas a forma como a rivalidade é vivida, percebida e representada pelas pessoas que nela se engajam. Mais do que dados estatísticos, importariam os discursos sobre o futebol, pois são eles que fazem circular os símbolos esportivos e consolidar seus significados. (SILVA NETTO 2012)

A rivalidade existe até mesmo entre torcedores de um mesmo clube. Essa rivalidade ocorre entre as torcidas organizadas (TOs), uma disputa por *status*, uma se julga mais importante, mais apaixonada pelo clube, criando assim essa rivalidade e disputa entre indivíduos que apresentam um mesmo interesse. As TOs possuem uma maneira particular de vivenciar o esporte, fizeram do futebol, o clube e torcida um *estilo de vida*. Para esses torcedores o futebol deixa de ser somente o entretenimento, o momento de lazer e passa a fazer parte da rotina. Participar de TOs implica defender, vivenciar e aceitar regras, rituais, investimentos simbólicos, financeiros, e de tempo.

Toledo (1996) mostra que os torcedores integrantes assumem comportamentos específicos no cotidiano, seja na escola, no trabalho, na vida pessoal. Não é apenas aluno, funcionário e pai, é o presidente de tal torcida, influenciam no ambiente, comportamentos e atitudes que podem alterar a rotina desses espaços. Existem aqueles que constroem carreiras dentro das torcidas acumulando funções em diversas atividades, organizando eventos e liderando excursões para jogos e, em consequência precisam adaptar outras atividades como trabalho, família e relacionamentos pessoais.

Semelhante a quaisquer instituições e aos grupos de torcedores engajados, as TOs são heterogêneas. Formadas por indivíduos de diferentes idades, comportamentos e visões de mundo, portanto, não podem ser definidas privilegiando esse ou aquele aspecto. Mas após episódios de violência dentro e fora dos estádios envolvendo as TO’s, as organizadas ganharam o estereótipo de violentas, sendo assim marginalizadas na sociedade. A população, em sua maioria, caracteriza as TO’s como desordeiras e as responsabilizam por toda violência relacionada ao futebol. Esse discurso traz consigo reflexões e questionamentos se as autoridades devem proibir ou não, a permanência das TO’s nos estádio e até mesmo sua existência. Segundo Reis (2006), é improcedente julgar somente as TO’s pela violência no futebol. Primeiramente, a violência deve ser entendida como um problema de origem social, em uma dimensão maior do que a existência ou não das TO’s. E a retirada dessas torcidas dos estádios enfraquece o que poderia ser uma das formas de organização social trazidas pelo futebol.

A diversidade do publico nos estádios se faz presente também na maneira dos indivíduos torcerem pelo seu time. Organizados, fanáticos ou apenas espectadores; conhecidos como decimo segundo jogador e, que faz toda a diferença. Podemos considerar todos os torcedores o combustível dos clubes e, por que não, do futebol. Para Damo (2001) no nosso país a relação torcedor-clube de futebol é a mola propulsora do gosto pelo futebol.

Portanto, concluímos a interdependência entre o futebol espetáculo e o pertencimento clubístico. Os atores sociais dessa relação, os torcedores apresentam uma importância indiscutível na sociedade atual. Daolio (1989) considera o futebol mais do que um conjunto de regras, técnicas e táticas; ele define o futebol como "expressão da cultura brasileira, com todas as suas virtudes e com todos os seus defeitos". Para Damatta (1982), a complexidade do futebol releva os conflitos presentes tanto no esporte quanto na sociedade, possibilitando tomar o jogo de futebol como uma "metáfora da própria vida". Essa interlocução futebol e sociedade será abordada no tópico seguinte

3.2 Futebol como meio socializador

O futebol, simbolicamente, invadiu o imaginário urbano recriando comportamentos, linguagens e gírias que ultrapassaram os limites esportivos, enriquecendo uma linguagem popular, aproximando segmentos sociais até então separados por uma segregação espacial e ética (TOLEDO 1996).

No contexto social, o futebol é um instrumento simbólico que pode funcionar como elemento de aglutinação para os sujeitos que se interessam por ele. A modalidade é capaz de criar afinidades e muitas vezes igualar sua importância com instituições como a própria família. Para o sujeito pertencer a um grupo, constituído por pessoas que possuem gostos e interesses comuns aos dele, constitui uma possibilidade de identificação e organização própria. Através do futebol, construir uma identidade, tornando-se semelhante a uns e diferente a outras. (LUCCAS, 1998)

No “país do futebol” o individuo não é apenas torcedor, ele também cumpri um papel na sociedade. Jogadores, torcedores e todos aqueles envolvidos com a modalidade desempenham importantes papeis sociais para além do futebol. Por exemplo: pais, mães, filhos, trabalhadores etc. Hall (2001) utiliza para entender esses diferentes tipos de identidade que se formulam ao longo da historia, o conceito de sujeito sociológico. O qual surgiu na medida em que as sociedades modernas se tornavam mais complexas, adquirindo uma forma de vida mais coletiva e social. Mostra que o sujeito é formado através da sua participação nas relações sociais.

Segundo o autor a identidade do sujeito é formada com base na cultura que lhe foi passada pelas suas gerações anteriores. Tendo em vista que o futebol é uma forma de representação cultural e que é considerado uma paixão dos brasileiros, pode-se observar que através dele muitos grupos são difundidos, em que as pessoas mesmo sendo diferentes umas das outras e tendo suas individualidades, se unem em prol de um único objetivo.

São essas individualidades que constituem as diversas identidades – religiosas, sexuais, profissionais, nacionais, de classe – que não necessariamente são convergentes, elas se contrapõem, e por vezes se contradizem. Torcer pelo mesmo clube não significa ter as mesmas opções politicas, e indivíduos de classe alta torcendo pelo time “do povo”. Os indivíduos, até então unificados, assumem, então, identidades fragmentadas. (ANJOS, 2013)

Enquanto fenômeno social o futebol seria um espaço onde a sociedade simbolicamente se expressa, manifesta-se, deixando descobrir-se. “O futebol praticado, vivido, discutido e teorizado no Brasil seria um modo específico, entre tantos outros, pelo qual a sociedade brasileira fala, apresenta-se, revela-se, deixando-se, portanto descobrir” (DAMATTA, 1982). Conhecer esse espaço nos possibilita compreender o futebol na sua abordagem voltada ao processo de socialização.

A socialização por meio do futebol pode ser analisada por meio de duas vertentes: a prática em si, o jogar futebol, e o torcer. O torcer não se restringe ao ato de assistir os jogos, acompanhar o time nos estádios, mas também a momentos em que o futebol é pauta no cotidiano no torcedor. A discussão a seguir retrata a socialização via futebol através do torcer.

A chegada do futebol no Brasil, no final do século XIX e início do século XX, e sua introdução á nossa sociedade não se restringiu apenas á estrutura do jogo, regras e técnicas. Incorporamos também comportamentos, hábitos, gestos, materiais e roupas característicos á modalidade, assim os adeptos se diferenciavam do restante da população. Empresas inglesas recém-instaladas no Rio de Janeiro, até então capital federal, utilizavam o futebol como forma de lazer e controle dos seus empregados, o que auxiliou na sua popularização. Essa popularização contribuiu para que o futebol se tornasse um ambiente propicio a socialização (REIS e ESCHER, 2006).

Segundo Pires (1998) as regras de convivência e de interação social se formam a partir de interesses comuns de indivíduos em uma sociedade ou grupo, podendo estabelecer entre eles relações pessoais. Alguns espaços de aprendizagem das regras sociais são utilizados como forma de preparação do cidadão para sua inserção na sociedade. Junto à família, escola e meios de comunicação, o futebol através do torcer, também se apresenta como tal.

Torcedores são sujeitos que possuem o mesmo interesse: a paixão pelo mesmo clube, identificando-os em meio à sociedade. São jovens e idosos, ricos e pobres, brancos e negros, homens e mulheres, católicos e protestantes. Indivíduos que formam grupos de uma enorme diversidade, juntos a favor de um ideal, apoiar seu clube do coração. Byington (1982) afirma que a torcida no futebol é uma comunidade inspirada por um ideal amoroso no qual esse esporte funciona como um grande ritual pedagógico da alma coletiva. Através dos jogadores, da bola, da vitória e, mais ainda, da derrota, cada torcedor vivencia de forma simbólica e altamente emocional uma maneira criativa de cultivar, educar e guiar as suas emoções.

Motivados pela paixão, os torcedores ultrapassam os momentos destinados exclusivamente ao torcer, como por exemplo, as idas aos estádios, e assistir as partidas pela televisão no domingo à tarde e/ou na quarta-feira depois da novela. Dessa forma, as relações existentes entre o torcedor e clube tornam-se mediadoras para outras experiências de sociabilidade. Sempre em que há um encontro de torcedores há possibilidade do futebol se tornar pauta. No dia de um torcedor, sempre haverá um sussurro futebolístico em algum lugar e/ou momento, seja na pelada com os amigos, nas escolas, clubes, ao assistir uma partida pela televisão ou

pelo rádio, nas interações via internet, em conversas nos escritórios, bares, esquinas ou nos transportes coletivos. A paixão pelo futebol está presente de diferentes formas na vida desses sujeitos.

Ao analisar os significados sociais dos botequins, Machado da Silva (1978) afirma:

> "Outro tema muito abordado é o futebol, sobre o qual todos têm sempre algo a dizer. Este é um dos poucos assuntos constantes que dá margem a conversas demoradas entre membros de subgrupos diferentes, e permite a participação até mesmo de estranhos."

Esse trecho ilustra bem o papel social do futebol no que diz respeito à inclusão e exclusão, quando o autor cita "até os estranhos". Para Toledo essa socialização em bares onde predominaria certo *ethos* esportivo caracteriza a "sociabilidade por distanciamento". Uma manifestação do torcedor estimulada pelo futebol na qual, categorias emprestadas das redes de relações mais amplas, tais como "amigo", "chegado", "xará" etc, consolidadas nas atitudes e comportamentos observados em diversos contextos, são reduzidas à categoria genérica "torcedor". E consequentemente, ás provocações do futebol verbalizado são incorporadas na vida cotidiana. (TOLEDO, 2002)

A sociabilidade por distanciamento é estabelecida pela aproximação com a característica competitiva do futebol, gerando padrões de convivência nas interações cotidianas permeadas pelo assunto. Posicionando os indivíduos em seus grupos em uma constante disputa pelo *status* de melhor time, melhor torcida ou aquele que mais entende de futebol. Esta sociabilidade pode ser entendida como um importante sistema de inclusão. Permitindo acessar as diversas interações futebolísticas como aliado ou rival, quer seja amigo ou desconhecido, classificando como espaço das diferenças em um sistema de sociabilidade a partir do gosto pelo futebol. (TOLEDO, 1996)

Entre indivíduos desconhecidos em um bar, uma conversa decorrente ao futebol caracteriza uma interação social. O desconhecido inicialmente dialoga com os demais sobre futebol, podendo ocorrer outros assuntos, desde que sejam universais e impessoais. Interação porque entendemos como uma relação mais

distante comparada, por exemplo, aos colegas de trabalho que participam da mesma conversa. Da Matta (1979), “definiu como rede estabelecida na sociabilidade urbana brasileira, que dariam vazão para convivências mais próximas e permanentes, formadoras de grupos mais estáveis”. Como se as relações sociais passassem por categorias, graduações de pessoalidade.

Esta sociabilidade por distanciamento permite ao individuo acesso ao espaço social do futebol. Toledo (2002) nos explica o porquê da utilização do termo “sociabilidade por distanciamento”. Nas discussões acirradas sobre futebol motivadas pela preferência pelo time, seleções, jogadores, forma de jogar, técnicos... No momento em que são travadas as polêmicas. As dimensões (parentesco, vizinhança, afinidade) que são referenciais a organização social são distanciadas pela natureza competitiva do esporte, que pressupõe disputas simbólicas a níveis verbais. Dessa forma, todos são levados à condição de torcedor.

Sociabilidade por distanciamento, termo desenvolvido pelo autor nada mais é, do que "um sistema classificatório inclusivo que por meio da dimensão lúdica põe em relação torcedores de distintos times, congraçando-os, mas ao mesmo tempo demarcando diferenças e rivalidades." (TOLEDO, 2002). A sociabilidade proporcionada pelo futebol é, portanto caracterizada por uma disputada constante.

Toledo[8] traz em sua obra que essas disputas no convívio dos torcedores predominam as relações mantidas por concepções que praticamente exclui a existência do sujeito, sua identidade. Disputas alimentadas a algum nível de entrega ao time, paixão, fidelidade, quantidade de objetos personalizados etc. Que são expostos na sociedade e reforçados nos conflitos. Rivalidade, que ocorre não só com os adeptos de times adversários, mas entre torcedores do mesmo clube, quando as preferências são contrárias. São essas particularidades que alimentam o aspecto social do futebol, cada um ao seu modo, mas todos torcedores.

Silva Netto (2012) traz em seu estudo outra vertente ao entendimento do futebol como espaço socializador. Para o autor, o gosto pelo torcer é consequência das interações sociais entre os sujeitos ligados pelo pertencimento clubístico. Estas interações também são responsáveis pela atualização das dinâmicas do

[8] TOLEDO, L. H. Lógicas do futebol, São Paulo: Hucitec, Fapesp, 2002.

pertencimento. É importante compreender de qual maneira se estabelece essa conexão entre a sociabilidade do futebol e os torcedores, em suas interações diárias.

Nas interações entre torcedores, a experiência trazida por eles, o histórico dos encontros e conversas anteriores, as opiniões, a rivalidade, e os níveis de pertencimento daqueles torcedores são responsáveis pela manutenção do clubismo naquele espaço. A atualização da dinâmica ocorre principalmente em decorrência do rendimento do clube, dos seus resultados e atuações em jogos, campeonatos, contratações de novos jogadores etc. Dessa forma, por mais que existam certos padrões de comportamento que permitam antecipações por parte dos envolvidos, as atuações destes vão além da regra propriamente dita. (SILVA NETTO 2012)

A partir dessas dinâmicas podemos pensar os torcedores como sujeitos que estruturam suas identidades, no conjunto das interações com outros torcedores. Podemos pensar também na junção dos papeis e status sociais que estes ocupam na sociedade, como um continuo rompimento das interações padronizadas como rituais específicos de torcedores. Assim, no estádio, em um bar ou em qualquer espaço onde o assunto é o futebol, podemos pensar que aspectos relacionados ao pertencimento clubístico ganham uma maior importância nas interações.

Contudo, em interações repetidas, trazemos à tona nosso histórico de relações e posições sociais fazendo surgir nas conversas outras questões que não se referem necessariamente ao futebol. Surgindo interações das mais diversas categorias, derivadas de conversas e encontros que o intuito é o futebol. (SILVA NETTO 2012)

O futebol é um universo que proporciona aos envolvidos a possibilidade de externalizar seus sentimentos, possibilita o reconhecimento de pertencimento a um grupo, levando em conta o processo pelo qual se passou. E compõem a estrutura da sociabilidade, o modo de vida, a visão de mundo, a ocupação dos espaços, a participação política e a inserção social dos sujeitos. Torcidas organizadas, torcedores, espectadores e amantes do futebol formam, portanto, apenas um entre milhares de outros grupos na sociedade. Pessoas que se identificam, em prol de um mesmo interesse, seu clube do coração. No entanto, apresenta-se como um espaço

social diferente dos demais, com ideais específicos, mas bem próximos aos ideais da sociedade como um todo.

Logo, vimos á importância do futebol espetáculo na sociedade atual. Seu papel socializador só foi possível através de sua popularização. Os meios de comunicação, rádios e jornais de grande circulação, contribuíram para que o futebol chegasse até os indivíduos. Possibilitando que o assunto estivesse presente mesmo na ausência de partidas e, permitindo aqueles que não tinham acesso às partidas o contato com esse esporte. Devido a grande evolução tecnológica, os meios de comunicação sofreram recentes transformações, essas novidades também influenciaram o futebol e suas vertentes. As relações do futebol e as novas mídias serão retomadas adiante.

4 INTERLOCUÇÃO MÍDIA E FUTEBOL

4.1 Futebol e Mídia: As relações do futebol na sociedade contemporânea.

O interesse do brasileiro pelo futebol iniciou-se e foi crescente em meados de 1910. A partir de então, o aumento da popularidade do futebol dá-se devido a muitos fatores, entre eles a metropolização de algumas cidades, que fez dessa modalidade um esporte especial, cumpria o papel de adaptar a população urbana ao novo ritmo imposto pela indústria; o surgimento do rádio, que permitiu ao futebol chegar a mais pessoas; além das transformações na imprensa escrita, que aproximou a população do futebol. (KRAUSE 2010)

Posteriormente, no fim da década de 1950, surge a televisão, ainda que em preto e branco. Esse novo meio de comunicação também teve um papel importante para o futebol brasileiro, pois as partidas que eram assistidas nos estádios ou ouvidas pelos rádios passaram a ser vistas na TV, fato que contribuiu para a divulgação desse esporte. Sua popularização foi maior ainda com a televisão em cores a partir da década de 1970. (REIS 1998)

A popularização dependia da transmissão de informações sobre esse novo fenômeno, o futebol. No início desse processo no Brasil tal divulgação ocorreu por meio da comunicação direta entre as pessoas e pela imprensa escrita, garantindo o crescimento dos adeptos do esporte. Segundo Reis (1998) aos poucos esse panorama foi se modificando. Se antes não passava de pequenas notas em jornais, ou de simples conversa dos espectadores que iam aos estádios. A partir de 1933, com o profissionalismo no futebol a imprensa, principalmente os jornais, ampliou os espaços dedicados à modalidade. O futebol firmou-se como esporte de massa e foi a partir dessa década que implantaram as primeiras transmissões de rádio, seus locutores esportivos contribuíram para a popularização do esporte, devido ao alcance maior de torcedores e uma rápida divulgação dos acontecimentos. A importância do rádio pode ser avaliada pelo fato de que esse meio de comunicação consiste até hoje em um importante órgão propagador do futebol. (TOLEDO, 1996)

Com a chamada democratização do futebol, permitindo-se negros, mulatos e brancos pobres nos clubes e com a profissionalização dos jogadores, o futebol passa a alcançar um numero maior de adeptos. O rádio e a mídia impressa participaram do processo de popularização do futebol ao divulgar os acontecimentos acerca dessa modalidade, entre os quais a própria constituição das torcidas.

Os radialistas criaram uma linguagem característica para a narração futebolística buscando descrever o ocorrido, mas também preencher cada lance de emoção em função da ausência da imagem. Deram origem a um universo de gírias, e expressões que durariam também em outras dimensões do futebol. Narrações próprias, estilizadas em que o objetivo era transmitir a emoção para o torcedor, fazendo com que o mesmo se sentisse dentro do estádio.

Com o surgimento da televisão, grandes mudanças ocorreram não somente nas transmissões, mas também na dinâmica do futebol brasileiro, que foi se adequando ao mercado e ao marketing esportivo. Além disso, influenciou também o comportamento dos jogadores e torcidas, tendo em vista que naquele momento havia outro tipo de público. Exemplo dessas mudanças é o fato de alguns jogadores comemorarem gols correndo em direção às câmeras falando e mostrando mensagens em camisetas, e torcedores levarem para os estádios cartazes com mensagens para conhecidos ou para os adversários, com o objetivo de serem filmados.

“O esporte telespetáculo tende a valorizar a forma em relação ao conteúdo (quer dizer, o como se apresenta o esporte é mais importante do que o que se apresenta), e para tal, faz uso privilegiado da imagem audiovisual” (BETTI, 2001, p.126). O futebol foi ganhando o caráter de entretenimento das massas e a imprensa começou a tomar conta desse fenômeno. Tratando especificamente do futebol, as mensagens enviadas pela TV estimulam os telespectadores e provocam certo impacto emocional que comove os sentidos, podendo desencadear alguns sentimentos como tristeza ou felicidade. Dessa forma, a história do futebol brasileiro, sua divulgação e popularização possui uma forte interpendência com os meios de comunicação, que influenciaram desde o inicio as a relação entre torcedores e seus clubes. (LIPPI; DE SOUZA; NEIRA, 2008).

Esse forte vínculo entre futebol e imprensa talvez se deva a imprevisibilidade do esporte. Como citado no capitulo anterior, a imprevisibilidade é que mantém a tensão entre os atletas, torcedores e todos aqueles envolvidos no espetáculo. Exemplo disso é a possibilidade de um time técnico e taticamente inferior derrotar um adversário superior. Essa característica além de responsável pela identificação do brasileiro com essa modalidade, também é tida como argumento para a forte relação midiática. Esse caráter do futebol vem ao encontro do que a imprensa necessita para suas manchetes: fatos que aconteçam e não sejam previsíveis. Quanto menos previsível o acontecimento, mais interesse ele desperta na mídia. (PIZANI 2006)

A aproximação e estreita relação entre futebol e mídia no Brasil, foram construídas historicamente junto ao desenvolvimento tanto do jornalismo esportivo quanto da própria modalidade esportiva em questão. O futebol, por ser o único esporte no Brasil que, nessas proporções, passa os limites espaciais específicos do esporte, as partidas tornam-se um “fato da sociedade”, estabelecendo assim entre as dimensões rituais e cotidianas, entre o representado e o vivido. A partir dos acontecimentos diários relacionados as demais identidades do sujeito (pai, marido, funcionário etc.), que se propagam as discussões, envolvendo vários temas do futebol, suscitadas dos rituais da identidade de torcedor. (TOLEDO 2002)

Por ser “fato da sociedade”, o futebol consiste numa espécie de redução sociológica que se constata no relacionamento entre os atores da mídia e do campo esportivo. Do ponto de vista dos especialistas da mídia, todos aqueles que integram a configuração do futebol, ou seja, dirigentes, torcedores, administradores, técnicos e jogadores, tornam-se “fontes”. Assim, a cobertura midiática do futebol é alimentada diretamente por todos envolvidos no universo da modalidade e, não somente pelo esporte, o espetáculo, o jogo em si. (TOLEDO 2002)

Podemos exemplificar essa característica brasileira de que todos os envolvidos se tornam “fontes” jornalísticas comparando a dinâmica de cobertura e transmissões antes, durante e depois dos jogos, com a que ocorre em outros países. A presença de repórteres ao redor do campo e a conhecida transmissão ao vivo, são peculiares ao nosso país. Na maioria dos outros países, esses profissionais da

comunicação permanecem nas cabines, junto aos narradores e comentaristas. Já nas entrevistas depois dos jogos, enquanto na Europa técnico e alguns poucos jogadores são selecionados para a coletiva, aqui os reportes abordam a maioria, ou quase todos os jogadores, no gramado e no vestiário, buscando a maior quantidade de informações. (TOLEDO 2002)

Outra característica citada por Toledo (2002) que diferencia a mídia de nosso país, da encontrada em outros locais do mundo, é a intensa cobertura dada às torcidas. Esse cuidado à performance e estética torcedora indica e reforça a importância dos sujeitos e seus símbolos, a relação do futebol espetáculo com o jornalismo, afirmando a definição de “fato da sociedade”.

Hoje, a exploração do conteúdo futebolístico pelos meios de comunicação é ainda mais multifacetada em consequência dos avanços e inovações tecnológicas. A Internet desponta como um meio, ainda que recente, já bastante acessado, sendo a mídia que mais cresce no mundo e, por tal motivo, passa a ser mais um espaço em que o futebol se faz evidente. Tal meio tem características muito próprias como: maior amigabilidade[9] para usuário, grande velocidade de transmissão de dados e enorme alcance geográfico. (CORRÊA 2002).

No início da década de 1990 o conteúdo futebolístico na internet, eram apenas páginas pessoais contendo, na maioria das vezes, informações gerais sobre os clubes. Páginas gerenciadas por indivíduos torcedores também amantes de futebol. Depois vieram os mega-portais com informações jornalísticas atualizadas, os games de futebol com atualizações constantes e uma nova possibilidade: a utilização da rede para partidas virtuais. Como por exemplo, o programa FIFA Soccer, que permite ao seu usuário escolher uma equipe, fazer transação de jogadores com outros clubes ou convocar os jogadores que quiser, no caso de uma seleção. O programa também tenta simular as características físicas do jogador, como velocidade, agilidade e força. Pode-se também escolher o estádio e a condição climática, contudo o mais importante é a possibilidade de jogar com um adversário de qualquer parte do mundo. (DE SOUZA et al, 2008).

---

[9] Característica de um objeto, jogo, programa de computador de fácil utilização. **"amigabilidade"**, in Dicionário Priberam da Língua Portuguesa [em linha], 2008-2013, http://www.priberam.pt/dlpo/amigabilidade [consultado em 13-11-2013].

Além dessas ferramentas, com o tempo, surgiram na internet os sites oficiais e não oficiais dos clubes, páginas das torcidas organizadas e outros espaços virtuais não específicos ao futebol, mas que acabaram sendo tomados pelo tema, como salas de bate papo (chats), listas de discussões, e-mails e mais recentemente os sites de relacionamentos. Esse ambiente de interação é chamado de ciberespaço, um espaço imaginário que acaba por tornar-se uma abstração, com possibilidades de mutação rápidas e inconstantes – mas não se desvincula completamente do físico, relacionando a complexidade de informações e seres que alimentam e interagem entre si neste universo às específicas necessidades técnicas – computadores, programas, modems – fundamentais para o desenvolvimento da rede (LÉVY, 1999).

Rocoo Jr (2004) afirma que diante de um mundo que a tecnologia se torna força motriz, organizando a vida dos homens; a sociedade globalizada mostra toda sua força, conferindo sentidos outros para a problemática social e cultural. As mídias fundamentam a sociedade atual, definida por alguns autores como sociedade da comunicação, não só pelas informações, imagens e dados que vivem em intensa circulação; mas também se fazerem base das mudanças do imaginário social. Entretanto, outros autores são contrários à essa ideia, pois estruturas de interação a distancia já existem desde o século XIX, como por exemplo, telefone, telégrafo e rádio, afirmando que informação e comunicação sempre foram centrais na história humana. O que mudou desde então foi sua forma, dinâmica e sua performance. (ANJOS 2013)

A evolução dos meios de comunicação juntamente com a tecnologia, vêm mudando a maneira de como o receptor da mensagem vai recebê-la. A internet, o meio de comunicação mais recente, já sofreu um processo evolutivo, as redes sociais são um exemplo. A TV a cabo e os sinais digitais ilustram a evolução desde a primeira televisão em cores, mostrando assim as mudanças nas dinâmicas. Thompson (2002) afirma: “Um dos aspectos mais salientes da comunicação no mundo moderno é que ela acontece numa escala cada vez mais global. Mensagens são transmitidas através de grandes distâncias com bastante facilidade, de tal maneira que indivíduos têm acesso à informação e comunicação provenientes de fontes distantes.”.

Essas evoluções das mídias trouxeram consigo mudanças a sociedade e, particularmente as relações que as permeiam. A mais significativa, para este

trabalho, é a possibilidade de expressão e sociabilizarão através das ferramentas de comunicação mediadas pelo computador. Graças ao avanço tecnológico houve uma rápida evolução da internet, possibilitando assim um barateamento de custo, tornando-a acessível a milhares de pessoas. E junto a outras mídias, transformou-se no que se conveniou chamar de meios de comunicação em massa. (CARRIÇO et al, 2012).

A internet hoje é o veículo de maior alcance e menor custo, comunicação tanto regional como mundial, possui um público alvo ativo, que muitas das vezes não espera para ser atingido; Graças aos avanços tecnológicos possui hoje maior facilidade de conexão, não é mais preciso ter um computador em casa para acessá-la, pelo celular já é possível permanecer *online*. (CARRIÇO et al, 2012) Junto à evolução da rede tivemos o surgimento e crescimento dos sites de relacionamentos, prática que já se tornou comum aos usuários da internet. São *sites* ou programas no qual indivíduos com interesses ou características em comum se relacionam, seja pela busca de informação rápida ou por desejar conhecer pessoas. O futebol então passa a ter mais um canal de interação, e junto a outros assuntos e temas vira intermediário de relações das mais diversas naturezas.

4.2 Torcidas e redes sociais.

As redes sociais já existiam antes da internet, elas sempre fizeram parte humanidade, por isso não podem ser associadas exclusivamente as novas tecnologias. O mundo é e sempre foi conectado por meio de redes (relacionamentos, correio, telefone, sistema elétrico, etc.). Mas, com a popularização da internet, as redes ganham maior intensidade no ambiente digital (DE AGUIAR e DA SILVA, 2010).

Uma rede social é vista por Tomáel e Martelato (2006, p. 75) como:

> “um conjunto de pessoas (ou organizações ou outras entidades sociais) conectadas por relacionamentos sociais, motivados pela amizade e por relações de trabalho ou compartilhamento de informações e, por meio dessas ligações, vão construindo e reconstruindo a estrutura social.”

As redes sociais são aplicações que suportam um espaço comum de interesses, necessidades e metas semelhantes para a colaboração, a partilha de conhecimento, a interação e a comunicação. Vivemos hoje o auge das redes sociais, impulsionado pelo seu carácter social e também pela ideia de partilha. Trata-se de um ambiente informal e atrativo que conquista cada vez mais adeptos, aglutinando pessoas com objetivos específicos, ou apenas pelo prazer de trazer à tona ou desenvolver uma rede de relacionamentos (PATRICIO e GONÇALVES, 2010).

As redes sociais que trataremos nesse tópico são as redes sociais virtuais que utilizam como suporte a rede de internet. Para Castells (2009), os motivos que levam os usuários da internet a ingressarem em redes sociais virtuais baseiam-se em interesses e valores em comum. As redes sociais na internet ampliam as possibilidades de conexões e a capacidade de difusão que as redes sociais tinham; e permitem a visualização das ligações que estão ocultas no mundo “off-line”. Os *sites* de relacionamento, as redes sociais da internet, proporcionam conexões para as pessoas, mas em última análise, são as pessoas que constroem as redes. Esses *sites*, portanto, expressam as redes e, com isso, as influenciam (RECUERO, 2009a).

Redes sociais, portanto, são grupos na Internet, que permitem partilhar dados e informações, sendo estas de caráter geral ou específico, das mais diversas formas (textos, arquivos, imagens fotos, videos, etc.). Por ser uma ligação social, a conexão fundamental entre as pessoas se dá através da identidade, o compartilhamento de informações, conhecimentos e interesses. Os sites de redes sociais geralmente funcionam tendo como base os perfis de usuário, sendo uma coleção de fatos sobre o que a pessoa tem maior afinidade, seus interesses, hobbies, escolaridade, profissão ou qualquer outro item que ele queira compartilhar dentro de possibilidades previamente estabelecidas.

Apesar da mesma classificação dentro da rede, existe diferentes tipo de sites de redes sociais. Sites voltados para o compartilhamento de músicas, outros para postagens de vídeos, somente frases e/ou fotos. Cada um com características

próprias, diferenciando-se uns dos outros, mas que possuem uma mesma finalidade: agregar um grupo de pessoas com quem você esteja ou deseja estar interconectado por algum fator.

Dentro dessas características temos diversas redes sociais presentes na internet, dentre elas podemos citar o Facebook e o Orkut como as mais populares no Brasil. O Orkut, no ano de 2010, possuía um percentual de 51.16% do número total de usuários identificados como brasileiros. Já o facebook, nos primeiros quatro anos de criação, já era a maior rede social *on-line* do mundo; com mais de 400 milhões de usuários. Caso fosse um país seria dos mais populosos atrás da China e da Índia. Diariamente, seus membros postam mais de 55 milhões de atualizações e compartilham mais de 3,5 bilhões de arquivos (RECUERO, 2009b). Como previamente dito, apesar da atual maior popularidade do facebook, optamos pelo uso do Orkut como base de dados dessa pesquisa em função da dinâmica de relacionamento que oferece a seus membros.

O Orkut possui mecanismos de individualização, mostram as redes sociais de cada ator de forma pública e possibilitam que os mesmos construam interações nesses sistemas (RECUERO, 2009b). Ao agregar pessoas interessadas em um assunto em comum é bastante plausível pensar que o futebol se tornaria tema recorrente. Comunidades abordando esse esporte permeiam o ambiente desta rede social. Elas propõem unir desde os torcedores de um clube, seus rivais e adeptos que por diferentes motivos são interligados à instituição. Desta forma, comunidades que buscam representar os principais clubes futebolísticos brasileiros tendo o nome do mesmo como título, reúnem membros que de certa forma simpatizam com o time. Com acessos simultâneos, até mesmo de minuto a minuto, novos “posts”, como são chamados as mensagens pelos membros, podem ser lidos na rede. Postagens essas que podem variar de uma informação sobre o clube até o mais variado e indiferente assunto.

As comunidades são criadas pelos indivíduos e funciona como fóruns, com tópicos (nova pasta de assunto) e mensagens (que ficam dentro da pasta do assunto). Onde cada um pode escrever o que deseja e receber manifestações em retorno (RECUERO 2006). Os fóruns são destinados a promover debates, a partir de uma questão proposta por um dos integrantes da comunidade, o tópico. A partir desse tópico, os usuários podem postar mensagens acerca do assunto proposto. As

mensagens ficam ordenadas decrescentemente por data, da mesma forma que os tópicos ficam ordenados pela data da última postagem.

Em uma busca simples pela rede social encontramos cerca de 700[10] comunidades vinculadas ao nome “Clube Atlético Mineiro”. Com diferentes nomes e imagens, algumas com inúmeros adeptos e outras com poucos, visitadas frequentemente e aquelas quase abandonadas, as destinadas à titulos e feitos do clube, homenagens e declarações de paixão e fidelidade. Sem mencionar as comunidades vinculadas as palavras “atleticano (a)” e “galo”. Existem também as criadas por torcedores rivais do clube com intuito de zombar da agremiação, conhecidas como “anti-galo”.

A comunidade mais popular do Clube Atlético Mineiro, que possui o mesmo nome do clube, atualmente com aproximadamente 313.200 membros, tendo sido criada no dia 09 de março de 2004. Possui um proprietário e moderadores, O “personagem” utilizado pelo criador da comunidade é Kafunga Olavo Leite Basto ex-goleiro do Clube Atlético Mineiro, sendo o atleta que vestiu a camisa do clube durante mais tempo. Pode ser visualizada por todos os usuários do Orkut, porém para se tornar membro, o usuário realiza uma solicitação de participação.

A comunidade possui regras que devem ser seguidas pelos membros, regras que são fiscalizadas pelos moderadores, proprietário e até mesmo pelos membros que denunciam atitudes inaceitáveis. Por exemplo, as postagens são padronizadas e devem respeitar as normas, não são permitidos xingamentos, ofensas, discriminações de qualquer natureza incentivam a crimes presentes na legislação regente *offline*, confusões entre os membros e para com o time. O não cumprimento das regras é passível de punições, definidas pelo dono da comunidade, que variam de advertência, suspensão, retirada da comunidade até o banimento.

Além dos forúns e tópicos previamente citados, a comunidade possui enquetes, a maioria delas feitas pelo proprietário da comunidade. A maior parte das perguntas visa conhecer os demais membros, com questionamentos como, por exemplo, qual estado residente do membro, idade, perguntas sobre preferencia de sites, uniformes etc.

---

[10] De acordo com pesquisa realizada no site de relacionamento Orkut.

Inúmeras são as interações entre os membros, pessoas de diversas partes de um estado e até mesmo diferentes regiões do país ligadas por uma mesma paixão. Nessas trocas, eles expõem e discutem suas ideias, suas criticas, estratégias, resultados dos jogos, situação nos campeonatos, ações táticas para o time, capacidades técnicas dos jogadores, efetividade do treinador e até mesmo o trabalho da diretoria do clube.

Essa convivência proporciona a essas pessoas momentos em que podem surgir amizades, parcerias e diferentes relações afetivas. Podem gerar encontros nos estádios, discussões e análises durante os jogos, criações e divulgação de músicas e coreografias da torcida, manifestações e reivindicações. Surgem oportunidades da promoção de momentos de lazer para além da própria comunidade, como encontros em parques, cinemas e shows, atividades que ultrapassam seu fiel objetivo, o futebol. Portanto, os usos da comunidade pelos seus membros parecem ir além do futebol, podendo surgir os mais diversos temas e apropriações de lazer da mesma. Usos estes objetos desse estudo e que serão apresentados a seguir.

5 ANÁLISE E DISCUSSÃO

Para realização desse estudo foi analisada a comunidade “Clube Atlético Mineiro – Galo” no site de relacionamento Orkut (www.orkut.com). Estas análises têm como foco os temas abordados pelos membros – torcedores em suas publicações. Palavras, imagens e vídeos que revelam a verdadeira utilidade destinada à comunidade pelo grupo de torcedores conectados através desta ferramenta de comunicação.

Na pesquisa experimental foram observados os principais assuntos tratados nas postagens, o que nos permitiu a criação das categorias: Notícias não relacionadas ao futebol; Discussões sobre futebol, porém não relacionadas ao Clube CAM; Discussões sobre jogadores do CAM; Discussões sobre jogos do CAM e Discussões sobre a torcida do CAM.

Durante as análises pós-categorização, ao acessar a comunidade era analisado o número de tópicos de cada categoria, número médio de mensagens em cada tópico de cada categoria e o tempo médio (em dias) que cada tópico se mantinha ativo (entre a primeira e ultima postagem).

Tabela 1 – Coleta dia 19 de Outubro de 2013

Categorias	Discussões não relacionadas ao futebol	Discussões sobre o futebol, porém não relacionadas ao CAM	Discussões sobre os jogadores do CAM	Discussões sobre os jogos do CAM	Discussões sobre a torcida do CAM
Número de tópicos	10	07	03	09	08
Média de mensagens por tópico	18,5	19,8	13,3	31,2	19
Média de tempo ativo do tópico. (em dias)	1,3	1,2	1,6	2,0	1,5

Tabela 2 – Coleta dia 23 de outubro de 2013

Categorias	Discussões não relacionadas ao futebol	Discussões sobre o futebol, porém não relacionadas ao CAM	Discussões sobre os jogadores do CAM	Discussões sobre os jogos do CAM	Discussões sobre a torcida do CAM
Número de tópicos	09	12	10	02	07
Média de mensagens por tópico	67,8	196,75	37,4	30,5	34,8
Média de tempo ativo do tópico. (em dias)	2,1	2,4	1,1	2,0	1,5

Tabela 3 – Coleta dia 27 de outubro de 2013.

Categorias	Discussões não relacionadas ao futebol	Discussões sobre o futebol, porém não relacionadas ao CAM	Discussões sobre os jogadores do CAM	Discussões sobre os jogos do CAM	Discussões sobre a torcida do CAM
Número de tópicos	07	09	05	03	04
Média de mensagens por tópico	121,4	130,4	43,8	817	208,5
Média de tempo ativo do tópico. (em dias)	2,0	2,8	2,0	2,0	7,0

Tabela 4 – Coleta dia 31 de outubro de 2013.

Categorias	Discussões não relacionadas ao futebol	Discussões sobre o futebol, porém não relacionadas ao CAM	Discussões sobre os jogadores do CAM	Discussões sobre os jogos do CAM	Discussões sobre a torcida do CAM
Número de tópicos	12	11	09	03	04
Média de mensagens por tópico	76,4	101,7	43,3	22,3	55
Média de tempo ativo do tópico. (em dias)	1,6	1,6	1,7	1,3	3,5

Tabela 5 – Coleta dia 04 de novembro de 2013.

Categorias	Discussões não relacionadas ao futebol	Discussões sobre o futebol, porém não relacionadas ao CAM	Discussões sobre os jogadores do CAM	Discussões sobre os jogos do CAM	Discussões sobre a torcida do CAM
Número de tópicos	12	09	10	03	09
Média de mensagens por tópico	24,75	246,4	69,1	68,3	13,6
Média de tempo ativo do tópico. (em dias)	1,4	1,8	1,5	1,3	1,3

Tabela 6 – Dados gerais de todas as coletas.

Categorias	Discussões não relacionadas ao futebol	Discussões sobre o futebol, porém não relacionadas ao CAM	Discussões sobre os jogadores do CAM	Discussões sobre os jogos do CAM	Discussões sobre a torcida do CAM
Número de tópicos	50	48	37	21	32
Média de mensagens por tópico	57,2	146	46,3	145,9	49
Média de tempo ativo do tópico. (em dias)	1,66	2,06	1,54	1,7	2,54

- A tabela 6, refere-se ás cinco coletas realizadas nos dias 19, 23, 27 e 31 de outubro e dia 4 de novembro de 2013. Portanto, as análises quantitativas e qualitativas não correspondem á comunidade em sua totalidade, diz respeito apenas á um conjunto de tópicos específico.

- Nela podemos observar que a categoria - discussões não relacionadas ao futebol- apresenta o maior número de tópicos entre as postagens avaliadas.

- A maior média de mensagens por tópico são das categorias: discussões sobre o futebol, porém não relacionadas ao CAM – e – discussões sobre os jogos do CAM- não apresentando diferença significativa entre as duas.

- Quanto a maior média de tempo ativo do tópico (em dias), entre a primeira e última postagem, ocorre na categoria – discussões sobre a torcida do CAM.

A proposta deste estudo foi analisar as postagens da comunidade do Clube Atlético Mineiro no Orkut realizadas pelos seus membros-torcedores, e a partir dos assuntos mais recorrentes, identificar os usos dados à comunidade pelos membros em um conjunto de tópicos específico e não na comunidade como um todo. A fim de relaciona-las com o ato de torcer, tendo como base de sustentação desta inferência, a literatura acerca da relação futebol-torcer-mídia. Após a observação e leitura da

comunidade durante a pesquisa experimental foi possível selecionar algumas categorias que serviram de base para análise dos principais temas abordados, revelando desta forma as possíveis utilidades elencadas pelos usuários à rede social, especificamente à comunidade do CAM.

As categorias analisadas foram: notícias não relacionadas ao futebol; discussões sobre o futebol, porém não relacionadas ao CAM; discussões sobre os jogadores do CAM; discussões sobre os jogos do CAM e discussões sobre a torcida do CAM. Estas categorias foram selecionadas por serem os temas mais presentes no fórum da comunidade, durante as coletas da pesquisa experimental.

Com relação á categoria de noticias não relacionadas ao futebol, selecionamos para esse grupo tópicos que não apresentavam nenhum vínculo ao futebol. Dentre assuntos dos mais variados foram observados tópicos sobre notícias policiais que ganharam repercussão através de outras mídias, principalmente televisão, *sites* jornalísticos e demais redes sociais. Como exemplo, uma tentativa de assalto filmada pela vítima e compartilhada na mídia, em que o sujeito ao roubar uma moto é atingido por um projétil de arma de fogo disparado por um policial militar que se encontrava próximo ao local. A discussão principal se deu pela notícia de que o policial teria sido afastado de suas atividades e responderia judicialmente pelo ato.

Surgiram questionamentos a respeito de ser correto ou não, matar um indivíduo, indiferente á seus comportamentos. Junto à discussão de intitular ou não o policial em herói, e uma indignação quanto as leis do país, desencadeou para outros assuntos como: impunidade, efetividade da constituição, corrupção, política entre outros. Confirmando um fluxo grande de assuntos diversos, que um tema desencadeia outro, e que muitas vezes a discussão se encerra com uma abordagem totalmente diferente daquela que iniciou o tópico, caracterizando uma rede de informações.

Observamos também nesta categoria, a divulgação em um tópico de um novo espaço de convivência para os usuários, um grupo em outra rede social denominada WhatsApp, um aplicativo de troca de mensagens através do celular. Na postagem, discutiam sobre as vantagens e desvantagens da ferramenta, além da troca de contatos, no caso o número do celular, para que as pessoas fossem adicionadas ao

novo grupo. Outro tópico citava o Facebook, abordando a crescente popularização do grupo destinado ao Atlético dentro dessa rede social.

Ambos os tópicos citados mostram que existe um forte vínculo entre a comunidade e as demais mídias. Assuntos tratados em outros meios de comunicação repercutem na comunidade, além das próprias mídias tornarem o foco de discussão das postagens. Isso se aproxima da ideia de convergência midiática: tendência de interação dos meios de comunicação, adaptando-se uns anos outros, definição de Jenkins (2008).

O grande número de tópicos desta categoria se dá também, pela grande presença de postagens voltadas ao entretenimento. Tópicos que tratam de assuntos como lançamentos de séries de televisão, filmes em cartaz nos cinemas, peças de teatros, programas de televisão, novelas, produtos eletrônicos, programas de computador, músicas, shows, aparelhos de celular, astronomia, jogos de computador, jogos de videogame entre outros.

Os tópicos citados acima comprovam o papel de entretenimento da comunidade. Além desses, diariamente um tópico denominado “Chat” é criado por um dos usuários, onde seu único objetivo é o bate-papo entre os membros, sem tema previamente estabelecido como acontece nos demais. Nesse espaço observamos indícios de encontros entre os membros e possíveis relações afetivas além do futebol e do Atlético. Essas postagens de atividades culturais e de lazer confirmam a existência de diversas apropriações de lazer da comunidade. Portanto, podemos defini-la como equipamento de lazer, compreendido como objeto que organiza o espaço em função de determinada atividade. (MARCELLINO, 2010)

Silva Netto (2012) traz a ideia de que em interações repetidas, os torcedores trazem à tona seu histórico de relações e posições sociais fazendo surgir nas conversas, outras questões que não se referem necessariamente ao futebol. Surgindo interações das mais diversas categorias, derivadas de conversas e encontros que o intuito é o futebol.

Trazendo a ideia para a comunidade, vai ao encontro dos seus usos para além do futebol. Em um espaço de fácil acesso como as redes sociais, que as pessoas se conectam até mesmo pelos celulares, não necessitando mais de

computadores, a convivência é constante. O grande número de mensagens, tópicos e suas atualizações frequentes nos mostram isso. Dessa forma, os sujeitos compartilham suas experiências sociais, construindo interações que não se associam diretamente ao clube de coração e nem ao futebol.

A categoria – discussões sobre o futebol, porém não relacionadas ao Clube Atlético Mineiro – é a segunda com maior quantidade de tópicos e apresenta a maior média de mensagens por tópicos entre as demais. Ao classificar esse grupo selecionamos postagens que retratavam o futebol, desde que não relacionasse ao clube. Tópicos sobre campeonatos nacionais e internacionais; clubes brasileiros e internacionais; jogadores de futebol conhecidos mundialmente; programas esportivos; jornalistas esportivos; seleção brasileira; seleções de outros países; jogadores de outros clubes brasileiros e postagens relacionadas ao rival.

Além do grande número de mensagens, esta categoria detém a segunda maior média de tempo ativo do tópico, em dias. Um dos motivos é a existência de tópicos únicos, que permanecem ativos por um tempo e desativados em alguns momentos, mas como são conhecidos pelos membros retornam ao fórum principal com certa frequência. Por exemplo, o tópico “Mercado do Futebol”, que é acessado sempre que ocorrem as “janelas” de transações de jogadores, compra e venda em âmbito nacional e internacional, e empréstimos de jogadores entre os clubes. Outro tópico frequente responsável pelo grande volume das mensagens é o “Jogos de hoje – Antes/Durante/Depois”. Trata de todos os jogos da rodada do campeonato que ocorrem no dia, exceto o do Atlético, são eles os jogos das séries A, B e C do Campeonato Brasileiro.

Acredita-se que o usuário da comunidade além de torcedor é amante do futebol. Mas o fato de se abordar outros clubes, suas torcidas, jogos e resultados, explica-se principalmente pela rivalidade. Para Damo (2002) na dinâmica do futebol a existência de dois grupos antagonistas é condição necessária a sua realização e, as torcidas acompanham a mesma lógica. Dessa forma, o pertencimento clubístico não se esgota no amor ao clube de coração, devendo incorporar, ainda, a aversão por outro, o seu contrário.

Todos sabem que o rival do Atlético é o Cruzeiro, e essa rivalidade esta presente a todo o momento nas postagens. São vídeos, imagens, comentários sobre

a derrota e/ou vitória do Cruzeiro, e principalmente mensagens voltadas para a torcida rival. Uma relação pautada em jocosidades, onde o objetivo é sempre manter-se superior indiferente de como, seja xingando os jogadores, relacionando as cores a objetos, símbolos, bandeiras, classes social, sexualidade, etc.

Além da rivalidade, as conhecidas “uniões” entre as torcidas, também explica a elevada média de mensagens. Essa união é uma parceira mantida por torcidas organizadas que “se assemelham quanto à morfologia interna evidenciada por níveis socioeconômicos e culturais bastante congruentes" (Toledo, 1996 p.105). Dessa forma, o CAM conhecido como clube do “povo” mantém parcerias com clubes de mesma característica.

Um tópico intitulado “Vamo subir Santa” se referindo á equipe do Santa Cruz – PE é um exemplo dessa parceria. O clube pernambucano disputou uma vaga de acesso á série B do Campeonato Brasileiro contra o Betim, no interior de Minas. No tópico, os torcedores acompanhavam o decorrer do jogo e postavam os lances, gols e curiosidades. Uma mensagem específica se destacou, pois dentro do mesmo tópico desviou o assunto para uma disputa sobre, qual torcida apoia mais o time, comparando as torcidas da série A e B do campeonato. Um torcedor postou que a torcida do Santa Cruz “dá show” em várias torcidas de times considerados grandes.

Exemplificando a dinâmica dessas “uniões”. A parceria entre as torcidas é regida por regras específicas de pertencimento, afinidade e oposição aos clubes e torcidas rivais. “Sociabilidade que também traduz a dimensão política da negociação, da hierarquia, conflito, prestigio e poder” (Toledo, 1996 p.112). Desde que, não façam uma comparação entre o Santa Cruz e o Atlético, os torcedores sempre terão a mesma opinião.

Observamos também tópicos referentes a jogos e desempenho de futuros adversários. Por exemplo, as equipes que irão disputar junto ao Atlético o Mundial de Clubes da FIFA, em dezembro desse ano. Não só referente á jogos, mas histórico de conflitos, diretos ou não, e todo o tipo de notícia referente á esse adversários.

No que se refere, à categoria – discussões sobre os jogadores do CAM – possui o maior número de tópicos entre as categorias em que as discussões tratam

diretamente do clube. A categoria engloba tópicos destinados aos jogadores do clube titulares e reservas, e no que se refere á comissão técnica, departamento médico, coletivas de imprensa, transações no mercado do futebol, etc.

As postagens sobre os jogadores, na sua maioria se referem ao desempenho daquele atleta em específico. Seja em determinado jogo, ou em mais de um deles. Alguns sofrem forte influência da imprensa, principalmente de comentaristas e programas esportivos, e também devido as notícias sobre recuperação de lesões, permanência em departamento médico e suspensões devido aos cartões em jogos.

Tópicos com imagens e vídeos de lances, gols e entrevistas dos jogadores aparecem com grande frequência. Nessas postagens, as mensagens chegam a sair do tema principal e originar outros, como por exemplo, em um tópico sobre o gol de um jogador em um jogo específico, surgem comparações a demais jogadores de outros clubes nacionais e de outros países. Tópicos criticando a habilidade técnica de um jogador deveriam em mensagens de possíveis transações entre times, envolvendo outros jogadores que sequer foram citados no assunto principal da postagem.

Jogadores do clube convocados ou não para seleção brasileira, os motivos, questionando merecimento e reconhecimento aparece bastante dentre os tópicos analisados. Isso se dá devido os amistosos que ocorreram próximo á data das coletas e a preparação para a Copa do Mundo. Em consequência às convocações, assuntos como desfalques da equipe para jogos no mesmo período, discutindo também as vantagens e desvantagens, por exemplo, visibilidade para o jogador e para o clube, e diversas outros temas são abordados.

Podemos observar nessa categoria uma influência de outras mídias sobre os torcedores, os tópicos surgem a partir de uma notícia, uma fala ou imagem originadas da TV, rádio ou *sites* da internet. Os criadores dos tópicos passam a ser fonte jornalística para os demais membros, que apropriam da notícia no formato que foi absolvido pelo usuário que criou a postagem. Além dos torcedores, os jogadores também se tornam “fontes”. Como observado em um tópico com o nome: “Tardelli aponta cansaço e calor como obstáculos a equipe”.

Para Toledo (2002), a cobertura midiática do futebol é alimentada diretamente por todos envolvidos no universo da modalidade e, não somente pelo esporte, o espetáculo, o jogo em si. Explicando o fato da categoria sobre os jogadores do clube apresentar maior número de tópicos do que a categoria que trata as discussões sobre os jogos do CAM.

Apesar do menor número de tópicos, a categoria – discussões sobre os jogos do CAM- possui a maior média de mensagens por tópico. Isso se dá pela presença de tópicos destinados aos jogos do clube, seguindo a lógica dos tópicos de jogos das outras equipes. Por exemplo, “Galo X Botafogo – Antes/Durante/Depois” as regras da comunidade permitem a postagem apenas de um tópico desse formato por jogo. Portanto, todos os comentários e discussões sobre a partida permanecem neste tópico justificando o elevado número de mensagens.

Pensando nessa dinâmica, a cada rodada surge um tópico sobre determinado jogo, considerando que as coletas respeitaram um intervalo de três dias, é completamente aceitável que no período analisado fossem observados apenas uma parte desses jogos, explicando assim o baixo número de tópicos. Além dos tópicos destinados á uma partida específica, observamos também postagens sobre escalação para os jogos, notícias sobre sorteios de campeonatos, cálculos de possíveis confrontos, a preparação da equipe antecedendo os jogos, substituições durante a partida, entre outros.

Observamos nessa categoria um tópico sobre um jogo do Atlético que aconteceria naquele dia intitulado “jogo de hoje”. Nele o usuário dono da postagem pergunta aos demais membros a respeito da trajetória utilizada para chegar ao estádio e a possibilidade de uma carona. Analisando a postagem e as respostas, observamos evidências de encontro entre os usuários externo a comunidade. Porém, através somente das mensagens não é possível afirmar se ocorreu ou não de fato a carona para o estádio. Dessa forma podemos afirmar que existem evidências de encontros *off-line.*

Essas evidências aparecem com maior frequência na categoria de discussões sobre a torcida do CAM. Possíveis encontros dentro ou nas imediações do estádio são relatados em algumas mensagens. Última categoria a ser analisada, engloba tópicos destinados á torcida, assuntos como preço de ingressos, uniformes,

produtos licenciados do clube, torcidas organizadas, programa sócio- torcedor, hinos e músicas do clube, rituais da torcida, bandeiras e mosaicos.

Apresenta a maior média de tempo ativo, em dias, entre a primeira e última postagem. Isso se dá devido o grande número de tópicos sobre músicas das torcidas cantadas principalmente nos estádios. Semelhante aos tópicos únicos, essas postagens permanecem ativas por mais tempo, devido aos chamados “up”. No qual, os usuários enviam uma mensagem ao tópico exclusivamente para que ele retorne á pagina principal do fórum. Como nesses tópicos estão as letras das músicas, os membros o procuram mesmo quando ele não se encontra nas primeiras páginas do fórum, para aprender a música e cantar junto ao restante da torcida no estádio.

Outro assunto que corrobora com essa maior permanência nos fóruns são os ingressos. Além de informações sobre locais de venda, valores e a questão de cambistas e o encerramento de vendas. Funciona ainda como uma espécie de classificados, a modo que um usuário, de posse do ingresso, e que por algum motivo desista de comparecer a partida, através dos tópicos ele oferece aos demais, através de venda ou troca.

Um tópico sobre o programa de sócio torcedor Galo na Veia Prata, que os usuários contabilizam o número de sócios, através de informações disponíveis no *site* oficial do clube. Permanece ativo á meses, o que contribuiu para essa média. Ele também funciona como tópico único, a cada atualização no *site* do clube referente aos dados do programa, os membros atualizam este tópico fazendo com que o mesmo retorne a página inicial do fórum com certa frequência.

Ter um número maior de sócio-torcedores, cantar todas as músicas no estádio, usar o uniforme, levar bandeiras e apoiar o time durante toda a partida confere aos torcedores um *status* de superioridade sobre as demais torcidas e clubes. Significa ser um torcedor diferenciado, atuante, motivador, que se identifica mais com o clube, fazendo dele torcedor e os demais apenas simpatizantes.

Os membros-torcedores utilizam destes tópicos para partilharem essa ideia de torcedor apaixonado. Por mais que não seja objetivo da comunidade, as torcidas organizadas também estão presentes nesses tópicos, estimulando certas atitudes e

comportamentos dos torcedores nas arquibancadas. No universo destes torcedores, o seu clube do coração é composto pelo seu patrimônio, pelos jogadores e por eles mesmos, a torcida. Os pilares básicos formadores de uma tríade fundamental para o futebol espetáculo. (DAOLIO, 2005)

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

É importante destacar que os achados deste estudo não se referem à comunidade com um todo. Avaliamos apenas uma parte das postagens, em dias específicos. Dessa forma, os resultados e análises afirmam dados e discussões de tópicos específicos. Não descartando a possibilidade da nossa avaliação se repetir na totalidade do fórum, como também é possível existir uma diferença.

Os tópicos agrupados em diferentes categorias permitiram uma análise mais palpável das possíveis utilidades da comunidade para seus membros. Apesar da proximidade entre os assuntos, o que permite a alguns assuntos se alocarem para mais de uma das categorias. Essa categorização possibilitou uma avaliação específica de determinado assunto abordado pelos torcedores, facilitando uma inferência efetiva junto á literatura, dialogando com as temáticas: futebol, torcer e mídia.

Temas diversos, busca de informações, bate-papos e diversas relações pessoais são comuns á comunidade virtual do Clube Atlético Mineiro, funcionando como espaço de encontro e lazer de seus torcedores. Afirmando que na apropriação da comunidade pelos seus membros as formas de lazer identificadas vão além do futebol, sendo recorrentes assuntos de entretenimento, política, tecnologia e troca de experiências.

Compreendemos que o futebol é um espaço social, permitindo através da identidade de torcedor e o pertencimento clubístico o surgimento de interações de cunhos diversos. E que o espaço destinado ao futebol e ao clube, não necessariamente se prende ao objetivo inicial, sofrendo transformações em consequência á individualidade de cada usuário. Cada torcedor traz com a sua individualidade, seu histórico e experiências de relações, influenciadas pela classe social e contexto cultural.

Essa diversidade agrega às interações *online* na comunidade, ocorrendo trocas que permitem um avanço nas relações, fazendo com que os temas abordados não fiquem somente no futebol. Não só as interações na comunidade, mas também enriquece as vivências pessoais de cada envolvido. Isso fica claro nas

postagens relacionadas ao entretenimento, em que as escolhas e preferências sofrem influência direta dessa relação construída pelo gosto ao clube de futebol.

Uma observação importante é a existência de uma via dupla com sentidos opostos. O pertencimento clubístico proporciona uma sociabilidade e em resposta ocorrem relações afetivas externas ao futebol. Utilizando do mesmo raciocínio, entendemos que essas interações sociais possibilitam o surgimento do clubismo, e que também é responsável pela atualização das dinâmicas que envolvem o pertencimento. Surgindo assim um ciclo, dinâmicas que se completam e contribuem para o bom funcionamento de ambas.

Pudemos perceber que as abordagens acompanham os acontecimentos do clube e do futebol como um todo. Sendo este, mais um motivo pelo qual não podemos elencar a este estudo a função de solução as questões da comunidade como um todo. As características principais do clube naquele determinado período, interferem diretamente nos tópicos e mensagens.

O período em que realizamos a pesquisa contribuiu positivamente aos resultados, tanto os quantitativos quanto os qualitativos. Fase está em que o Clube Atlético Mineiro já encontrava em situação confortável no campeonato em que se encontrava, e ainda se encontra. Como não possuía de uma pontuação desfavorável á eliminação e sem possibilidades ao título, continua na competição com objetivo de preparação, por anteceder um campeonato importante. Fato este que contribuiu para que mínimas fossem as abordagens e tópicos repetidos. Possibilitando uma neutralidade nas análises, o que acreditamos ser fundamental ao buscar os reais usos da comunidade pelos membros, evitando popularidades temporárias motivadas por algum acontecimento.

O estudo apresenta algumas limitações no que diz respeito à inexpressiva quantidade de pesquisas analisadas que abordassem diretamente esta temática. Acreditamos que estudos que relacionam o torcer e as novas mídias, o torcer e as redes sociais, e principalmente o torcer e um site de relacionamento específico, são fundamentais para compreensão do torcer no atual contexto histórico.

Sabemos que os espaços específicos do futebol, por exemplo, os estádios possuem suas particularidades, possibilitando importantes análises do torcer.

Entretanto, as redes sociais apresentam códigos e moldes ainda mais flexíveis ás interações sociais, possibilitados pela distância física e em alguns casos pelo anonimato. Dessa forma, pesquisar esses espaços se faz tão importante quanto estudos de campo.

Este estudo possibilitou entendermos mais sobre o futebol como manifestação sócio espacial e cultural em um ambiente relativamente recente, mas altamente vinculado com as práticas sociais cotidianas. Interações compostas pelas representações sociais, individualidade dos sujeitos e pelo contexto cultural. Mas que também sofre influência da mídia, que exerce uma participação efetiva nas relações estabelecidas.

Sugerem-se novos estudos que estabeleçam uma relação entre o futebol, o torcer e as redes sociais específicas, de forma a dar subsídio a novas proposições e discussões. Seria muito interessante, por exemplo, pesquisar os usos ao grupo do Facebook destinado aos torcedores do Clube Atlético Mineiro e comparar as utilidades elencadas a esses dois sites de relacionamentos distintos. Como suas diferentes dinâmicas interferem nas relações entre os torcedores e entre o torcedor e a rede social.

Esperamos que este estudo tenha contribuído para ampliar a compreensão do papel das novas mídias junto ás novas tecnologias, nas interações sociais, principalmente no âmbito do futebol.

REFERÊNCIAS

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**; tradução Luís Antero Reto, Augusto Pinheiro, -- São Paulo: Edições 70, 2011.

BETTI, M. Mídias: aliadas ou inimigas da educação física escolar? **Revista Motriz**, São Paulo, v. 2, n. 2, p. 125-129, jul./dez. 2001.

BYINGTON, C. **A riqueza simbólica do futebol**. Psicologia Atual, v.5, n.25, p. 20-32, 1982.

CARRIÇO, Bárbara et al. Novos meios de comunicação. **Revista Eletrônica de Comunicação**, v. 6, n. 1, 2012.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 2009. 698 p.

CORRÊA, Renata C. Freire. Quando a Rede Entra em Campo - as relações entre futebol e "novas tecnologias" de comunicação a partir da lista de discussão "Flamengo.Placar". Trabalho apresentado no NP 18 - Núcleo de Pesquisa Mídia Esportiva, **XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador, 2002.**

DAMATTA, R. **Carnavais, Malandros e Heróis -** Para uma Sociologia do Dilema Brasileiro. Rio de Janeiro: Zahar.1979

_____."Esporte na sociedade: um ensaio sobre o futebol brasileiro". In: _____.(org.). ***Universo do futebol: esporte e sociedade brasileira***. Rio de Janeiro, Pinakotheke, 1982.

_____. “Antropologia do óbvio: notas em torno do significado do futebol que incorporou a pelada”. In: **Revista da USP**, São Paulo, USP, 1994.

DAMO, A. (1998), **Para o que der e vier**: o pertencimento clubístico no futebol brasileiro a partir do Grêmio Foot-Ball Porto Alegrense. Dissertação de mestrado, Porto Alegre, PPGAS/UFRGS.

_____. Futebol e estética. ***São Paulo Perspec.*** [online]. 2001, vol.15, n.3, pp. 82-91. ISSN 0102-8839.

_____. **Futebol e identidade social: uma leitura antropológica das rivalidades entre torcedores e clubes**. -Porto Alegre: Ed. Universidade/ UFRGS, 2002.

_____. (2005), ***Do dom à profissão****: uma etnografia do futebol de espetáculo a partir da formação de jogadores no Brasil e na França*. Tese de doutorado, Porto Alegre, UFRGS/PPGAS (Disponível no site http://www.biblioteca.ufrgs.br/Bibliotecadigital).

_____. (2007), **Do dom à profissão: a formação de futebolistas no Brasil e na França.** São Paulo, Hucitec.

DAOLIO, J. O drama do futebol brasileiro: uma análise sócio antropológica. **Revista Paulista de Educação Física**, São Paulo, v.3, n.5,1989.

_____. **Cultura: Educação Física e Futebol**. 2ª edição – Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2003.

AGUIAR, Giseli Adornato de; SILVA, José Fernando Modesto da. As bibliotecas universitárias nas redes sociais: Facebook, Orkut, MySpace e Ning. 2010.

SOUZA, Vinícius Marques de; JUNIOR, Celso Luiz Moletta. FREITAS JUNIOR de; MACEDO, Rafael Luis. "Torcedores virtuais de futebol: Uma análise das listas de discussão e dos chats em sites de torcedores." **1º ENCONTRO DA ALESDE "Esporte na América Latina: atualidade e perspectivas" UFPR - Curitiba - Paraná – Brasil 30, 31/10 e 01/11/2008.**

FIGUEIREDO, N.M.A. **Método e metodologia na pesquisa científica**. 2a ed. São Caetano do Sul, São Paulo, Yendis Editora, 2007.

FRUGOLI JR., Heitor. Toledo, Luiz Henrique de. Lógicas no futebol. **Rev. Antropol.** São Paulo, v. 45, n.2, 2002b. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-77012002000200009&lng=es&nrm=iso>. Acessado em 07 nov. 2013.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade.** Rio de Janeiro: DP&AEditora, 2001.

JENKINS, H. **Cultura da convergência**. Aleph, 2008.

KRAUSE, G.K. O futebol como um meio construtor de identidades. 2010

LÉVY, P. **Cibercultura.** 2.ed. São Paulo, 34, 2000.

LIPPI, B.G.; SOUZA, D.A.; NEIRA, M.G. Mídia e futebol: contribuições para a construção de uma pedagogia crítica. **Revista Brasileira de Ciências do Esporte**, Campinas, v.30, n.1, p. 91-106, set.2008.

LUCCAS, Alexandre N. **Futebol e Torcidas**: um Estudo Psicanalítico sobre o Vínculo Social.São Paulo, PUC - SP, 1998 (dissertação de mestrado)

MACHADO, Luiz Antônio da Silva. "O significado do botequim". In **Cidades, usos e abusos.** São Paulo, S.P. Editora Brasiliense. 1978.

MAGALHÃES, A. 2005, 'O que esperar da Internet nos próximos anos?' **Wnews**. Disponível online em http://www.wnews.com.br/site/colunas [Fev 06]

MARCELLINO, N.C. **Espaços e equipamentos de lazer em região metropolitana: o caso da RMC-Região Metropolitana de Campinas**. 2010.

PATRICIO, Maria Raquel; GONÇALVES, Vítor (2010) - Facebook: rede social educativa? In **I Encontro Internacional TIC e Educação. Lisboa: Universidade de Lisboa, Instituto de Educação. p. 593-598. ISBN 978-989-96999-1-5**

PIRES, Giovani De Lorenzi. "Breve introdução ao estudo dos processos de apropriação social do fenômeno esporte". **Revista da Educação Física/ UEM** 9(1):25-34, 1998.

PIZANI, L.F.S. **FUTEBOL E MÍDIA IMPRESSA**. 2006

RECUERO, R. Rede social. In: SPYER, J. (Org.). **Para entender a internet: noções, práticas e desafios da comunicação em rede**. São Paulo: Não Zero, 2009a. p.25-26. Disponível em: <http://www.openinnovatio.org/wp-content/Para%20entender%20a%20Internet.pdf>.

_____. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009b. 191 p.

_____.Teoria das redes e redes sociais na internet: considerações sobre o Orkut, os weblogs e os fotologs. In: **XXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. XXVII INTERCOM. 2004.**

_____.Dinâmicas de redes sociais no orkut e capital social. **Razón y palabra**, n. 52, p. 11, 2006.

REIS, H.H.B. **Futebol e sociedade: as manifestações da torcida.** Campinas, SP, 1998.

REIS, H.H.B.; ESCHER, T. **Futebol e sociedade**. Brasília. Editora Liber Livro. 2006.

ROCCO JR., A.J. **Bola na rede: O ciberespaço, as torcidas virtuais e a cultura do futebol no século XXI**. Santo Amaro, SP, 2004.

ROSENFELD, A. O futebol no Brasil. In: ____. ***Negro, macumba e futebol*.** Jacó Guinsburg (Org.) São Paulo: Perspectiva, 2007. p. 73-106. (Debates, 258)

SILVA, Silvio Ricardo da. **Tua imensa torcida é bem feliz...da relação torcedor com o clube**. – Campinas, SP, 2001.

SILVA NETTO, G.M. Pertencimento clubístico: uma avaliação da produção socioantropológica e novas possibilidades analíticas. In: 36º Encontro Anual da ANPOCS, 2012, Águas de Lindóia, São Paulo**. Anais do 36º Encontro Anual da Anpocs, de 21 a 25 de outubro de 2012, em Águas de Lindóia - SP. ISSN 2177-3092, 2012.**

SOUZA, Marcos Alves de. **A "Nação em Chuteiras".** Raça e masculinidade no futebol brasileiro. Brasília 1996

THOPSOM, John B. **A mídia e a Modernidade**. 4ed. São Paulo: Vozes, 2002

TOLEDO, L.H. **Torcidas organizadas de futebol**. Campinas: Autores Associados, 1996.

_____. **Lógicas do futebol**, São Paulo: Hucitec, Fapesp, 2002.

TOMAÉL, M.L.; MARTELATO, R. M. Redes sociais: posição dos atores no fluxo da informação. Enc. Bibli: **Revista Eletr. de Bibliotecon**. Ci. Inf., Florianópolis, n. esp., p. 75-91, 1° sem. 2006. Disponível em: <http://www.periodicos.ufsc.br/index.php/eb/article/viewFile/342/387>. Acesso em: 21 jun.2010.

VICTÓRA, Ceres Gomes *et. al.* **Pesquisa qualitativa em saúde:** uma introdução ao tema. Porto Alegre, Thomo Editoral, 2000.