Adriano Lopes de Souza

DUAS PAIXÕES:

o torcer misto em Maceió

Adriano Lopes de Souza

DUAS PAIXÕES:

o torcer misto em Maceió

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 Bacharel em Educação Física.

Orientador: Prof. Dr. Silvio Ricardo da Silva.

AGRADECIMENTOS

Agora, enfim, chego ao momento mais difícil desse estudo. São tantas pessoas que foram e são importantes na minha vida que a possibilidade de deixar de citar algum nome é muito real. Por isso, já peço que me perdoem a distração.

Inicialmente, agradeço a Deus por ter me conduzido por toda essa longa e difícil, mas não menos prazerosa caminhada acadêmica.

Aos meus pais, Gilberto e Jairan, que me conduziram com todo amor e carinho. Nos momentos difíceis estavam ali para me apoiar, fazendo com que eu não desistisse dos meus sonhos. Lembro que, a cada tentativa frustrada de entrada na UFMG, estavam eles do meu lado para me reerguerem e me guiarem ao sucesso. Se hoje eu conseguir chegar ao final do curso, é graças a eles. Aos meus irmãos, Lucian e Bruno por fazer parte dessa família guerreira e batalhadora. Só nós sabemos o quanto que tivemos que lutar e o quanto que lutamos todos os dias. Somos vencedores!

A Ludmila, esplendorosa companheira. Com muito amor, carinho, companheirismo e dedicação me tornou outra pessoa. Sou muito grato e feliz por ter feito a melhor escolha da minha vida. Minha "Co-orientadora".

Aos meus tios e tias, primos e primas, pelo acolhimento na chegada a Belo Horizonte e por todo carinho e apoio concedido por vocês.

Aos meus parceiros. Iniciando, pela mocinha da turma, a Natascha, ao João Paulo, ao Thalles, ao Christian, ao Dudu e ao Luiz por fazerem dessa caminhada mais divertida e ainda mais prazerosa.

Ao Cahet e Talyta pelo acolhimento nos dias da pesquisa em Maceió.

A galera do Vale pelos laços de amizade e pela contribuição à minha formação.

Aos torcedores que responderam os questionários. A contribuição de vocês tornou um sonho em uma realidade. Vejo que através da produção acadêmica posso contribuir para uma Maceió cada vez melhor.

Ao Silvio, pela amizade e confiança. Por acreditar no desenvolvimento deste trabalho.

Ao GEFuT pelas contribuições que além de acrescentarem qualidade ao trabalho, certamente mudaram minhas perspectivas quanto a atuação no meio acadêmico.

A Academia Olympos, ao Colégio Santo Agostinho, ao Colégio Técnico da UFMG pela contribuição na minha formação pessoal e profissional. Aos laços de amizades criados que perduraram por toda a vida.

Aos Barraquetas! Turma que marcou História na EEFFTO.

Ao Clube de Regatas Brasil por manter viva essa identidade alagoana assim como responsável pelos meus momentos de tristezas e alegrias inerentes ao futebol. Ao Atlético Mineiro por ser parte da minha vida de torcedor.

Por fim, agradeço a todos que contribuíram para essa vitória.

"Eu sei que hoje estou dividido, quem sabe um dia talvez decidido, eu crio coragem, digo a verdade que só tem apenas um espaço no meu coração" (Toninho Branco, Renato César)

RESUMO

O Brasil é o país do Futebol. Quem nunca ouviu essa expressão? Falar que todo Brasileiro gosta de futebol seria um pouco de exagero. Porém, não é nada exagerado falar que o nosso país tem este esporte como uma verdadeira paixão nacional. O gosto por esta modalidade vai desde a prática até o torcer. O torcer por um clube de futebol é uma das formas de sociabilização do individuo, sendo essa escolha feita ainda quando criança. Uma vez escolhido o clube do coração, não é comum essa preferência ser alterada. Em Maceió é corriqueiro o torcedor escolher, pelo menos, dois clubes para torcer sendo um da sua cidade e um de outra região, assim como torcer apenas por uma equipe, sendo esta de outra região. Este torcedor é pejorativamente chamado de "torcedor misto" pelos "anti-mistos", que são aqueles que não concordam com essa opção e, obviamente, escolheram apenas os clubes locais para torcerem. Pensando nesses questionamentos e suas possíveis consequências assim como a escassez de trabalhos acadêmicos sobre a temática, foi objetivo desse estudo analisar o torcer misto em Maceió, identificando as razões que levariam o torcedor maceioense a torcer também por equipes de outras regiões, além de buscar compreender o que os torcedores desta cidade pensam sobre o assunto. Os sujeitos da pesquisa foram Alagoanos, residentes em Maceió e que, independente do seu grau de envolvimento, torcessem por algum clube de futebol. Foi realizada uma Survey, utilizando como instrumento um questionário de autoaplicação, sendo disponibilizado nas redes sociais virtuais. Posteriormente, foi aplicada uma entrevista com dois torcedores. Após as coletas, as informações tabuladas e codificadas foram submetidas a uma analise de conteúdo. Os resultados encontrados apontam que a família (39%) seria o principal responsável pela escolha de outro clube para torcer, sendo o pai o fator principal dessa influência. A mídia (22%) aparece em seguida, tendo a televisão como principal meio de motivação do torcedor a optar por outro clube. Ficou evidenciado também a força das equipes dos Estados do Rio de Janeiro e de São Paulo, sendo considerada a segunda agremiação do torcedor maceioense. Por fim, o torcedor anti-misto em Maceió considera que a escolha por um clube de outra região desvaloriza os clubes locais, gerando dificuldades para o crescimento dessas equipes. Já os torcedores mistos acreditam que torcer por clubes que não seja da região seria uma forma de fazer parte do futebol como protagonistas, já que estas equipes participam de grandes campeonatos e por várias vezes saindo vitoriosos dessas competições.

Palayras-chave: Futebol. Torcer. Torcedor misto.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Característica etária da amostra (em anos)	27
Tabela 2 – Distribuição da amostra por região (em %)	29
Tabela 3 – Jogos das equipes Alagoanas na Copa do Brasil (2004 a 2009)	32
Tabela 4 – Jogos das equipes Alagoanas na Copa do Brasil (2010 a 2013)	33
Tabela 5 – Além do seu clube do coração, você torce por algum outro clube?	39
Tabela 6 – Clubes do coração.	45
Tabela 7 - Produto Interno Bruto por Estado (1 000 000 R\$)	46

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 -	– Slogan	, CRB - meu ú	nico time		••••••	 	15
Figura 2 -	– Faixa: ː	MEU ÚNICO	TIME			 	16
		_	APENAS				SEU 17
Gráfico 1	– Distri	buição etária d	a amostra			 	27
Gráfico 2	2 – Time	do coração			••••••	 	31
Gráfico 3	- Por qı	ue você começ	ou a torcer por	essa equipe?		 	41
Gráfico 4	- Torcec	dor misto e o se	eu "outro" clube	.			44

LISTA DE SIGLAS

ASA – Agremiação Sportiva Arapiraquense

CRB – Clube de Regatas Brasil

CSA – Centro Sportivo Alagoano

EM – Entrevistado Misto

ENM – Entrevistado Não Misto

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

PIB – Produto Interno Bruto

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	10
1.1	l Objetivo Geral	17
1.2	2 Objetivos Específicos	17
1.3	3 Justificativa	17
1.4	4 Métodos	18
2	SOBRE OS DADOS	 2 4
2.1	O torcedor	25
2.1	1.1 Idade	25
2.1	1.2 Região	27
2.2	2 O Torcer	29
2.2	2.1 Time do coração	29
2.2	2.2 Torcedor Misto	37
3	CONSIDERAÇÕES FINAIS	45
RI	EFERÊNCIAS	48
ΑI	PÊNDICES	50

1 INTRODUÇÃO:

O Brasil é o país do Futebol. Quem nunca ouviu essa expressão? Falar que todo brasileiro gosta de futebol seria um pouco de exagero. Porém, não é nada exagerado dizer que o nosso país tem este esporte como uma verdadeira paixão nacional. Idéia corroborada pelo IBOPE¹, que apontou o futebol como a maior paixão dos brasileiros.

Diante disso, muito mais que gostar, até como uma maneira de se socializar ao futebol, o torcedor escolhe o seu time do coração e a partir dessa escolha passa a vivenciar todas as emoções e possibilidades inerentes a esse esporte. Damo (1998) expõe que torcer por um clube de futebol é, antes de mais nada, participar ativamente da vida social. Esta participação começa pela escolha, desde muito cedo, por uma entre as inúmeras agremiações clubísticas.

Desde criança vivo intensamente esse esporte, através dos constantes rachas com os amigos até a escolha do meu clube do coração. É um percurso que começa ainda cedo, estando presente até os dias de hoje. Por isso, entendo que seja importante a contextualização desse meu envolvimento com o futebol, perpassando pelas minhas práticas até as minhas escolhas clubísticas.

Sendo o futebol parte da cultura brasileira e considerando que cultura é contexto, o futebol deverá ser sempre contextualizado. Por isso, o processo de análise da relação torcedor/clube só poder realizar-se contextualizadamente significa dizer, localizado num tempo e num espaço, determinado por e determinante para múltiplas relações (SILVA, 2001; p.17).

Em 1991, quando eu tinha cinco anos de idade, minha família troca o bairro da Ponta Grossa pelo bairro da Cambona. Lá meus pais haviam adquirido um apartamento dentro de um residencial. Nesse local, recém construído, havia, entre outros espaços, uma quadra de esportes que era o recinto destinado aos momentos de lazer das crianças e dos adultos. Nela jogávamos os nossos rachas e partir daí começaria a cultivar, além dos meus laços de amizades, essa enorme paixão que tenho pelo futebol.

Esse momento é marcado pela minha entrada no universo do torcedor. Embora gostasse de jogar bola, não era fiel a um clube. Mas meus amigos já haviam feito as suas escolhas. Por volta de 1993, jogando o meu racha como de costume, presencio uma turma tirando aquela onda

_

¹ Disponível em: http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/paginas/futebol-e-a-maior-paixao-dos-brasileiros.aspx

uns com os outros, entoando gritos de "é campeão!". Questionei e eles me falaram que o Clube de Regatas Brasil (CRB²) havia se sagrado campeão alagoano daquele ano. Então, entrei no embalo deles e comecei a entoar gritos e mais gritos enaltecendo aquela conquista e, consequentemente, o clube. Desde então, passaria a ser um torcedor fiel do Galo³. Enfim, foi despertado esse amor que tenho pelo CRB. Digo despertar, já que diante do que sinto por esse clube, certamente esse sentimento é de "vidas passadas".

Se existe uma pessoa que tem um papel fundamental nessa minha escolha, essa pessoa é o meu pai. A família por parte da minha mãe é formada exclusivamente por torcedores do CSA⁴. Minha mãe, inclusive, fala que se meu avô ainda estivesse vivo, seria a maior decepção da vida dele ter um neto regatiano. Logo, coube ao meu pai me levar ao Estádio pela primeira vez. Embora tenha sido um 0 a 0 contra a equipe do Capela, da cidade de mesmo nome, valeu muito a pena.

Contudo, não é só o C.R.B que aparece na minha vida de torcedor. Meu pai é natural de Belo Horizonte, mas residiu em Maceió por 19 anos. Embora tenha ficado muito tempo distante da sua terra natal, não deixava de lado o seu amor pelo clube de coração: O Clube Atlético Mineiro. A minha família paterna era composta, na sua grande maioria, por Atleticanos e por isso seria inevitável que, mesmo de forma não intencional, me influenciassem à torcer pelo Atlético.

No final de 1994, chego a Belo Horizonte para passar as festividades de fim de ano. É o meu primeiro contato com toda a minha família belo-horizontina. Chegando a capital mineira, meus irmãos e eu fomos bastante presenteados. Entre os mimos não faltaram presentes que fizessem alusão ao clube mineiro. Ganhamos camisas, bonés, agendas, meiões e chaveiros. E assim se sucedeu até o final da viagem.

Retornando a Maceió, não deixaria de usar em nenhum momento um traje sequer que remetesse ao clube mineiro. Na verdade, essa viagem a Minas serviu para ratificar um sentimento de admiração existente. Antes não torcia, apenas simpatizava com a agremiação mineira já que por várias vezes fazia companhia ao meu pai na assistência dos jogos que passavam na televisão.

² C.R.B, como é mais conhecido, é uma sigla que significa CLUBE DE REGATAS BRASIL. Clube natural de Maceió, fundado em 20 de Setembro de 1912. Quem torce pelo clube é chamado de regatiano. Disponível em: http://www.crb.esp.br.

³ Galo de campina é o mascote oficial do CRB.

⁴ Centro Sportivo Alagoano (CSA) foi fundado em 07 de Setembro de 1913. Disponível em: http://www.centrosportivoalagoano.com/website/.

Naquele momento, me sentia torcedor do Atlético Mineiro e do CRB. Pode parecer estranho torcer para dois clubes. Mas sim, eu torcia e acompanhava ambos sem distinção. Se falassem algo que eu não concordasse, logo eu saía em defesa dos clubes, discutindo por horas se necessário fosse.

Corroborando essas lembranças, trago aqui algumas situações que mexeram bastante comigo. Em 1999, o CRB enfrentava a equipe da Tuna Luso, do Estado do Pará, pelo campeonato brasileiro da segunda divisão. O Galo brigava para entrar no grupo dos oito melhores que garantiriam uma vaga nas Quartas de final. Era uma verdadeira decisão, já que a equipe do Pará brigava para não ser rebaixada. Uma partida marcada por muita festa nas arquibancadas e muita confusão dentro de campo. Diante de quase 90 minutos de tensão, o alivio no final. O jogo seguia empatado por 1 a 1 até que, após uma cobrança de falta, o volante Oseas marca de cabeça o gol da vitória. Chorei até o apito final. Era um choro de muita alegria.

Além das alegrias, o futebol nos reserva também aqueles momentos de tristeza. Exponho para vocês duas situações que me abalaram bastante. A primeira remete ao ano de 2001. O CRB chegava a segunda fase do campeonato brasileiro da Série "B" para uma partida contra a equipe do Caxias, da cidade de Caxias do Sul, do Rio Grande do Sul. A primeira partida foi realizada em casa, no Estádio Rei Pelé⁵. O CRB simplesmente não tomou conhecimento e aplicou "apenas" 3 a 0. Digo isso em virtude do "caminhão" de gols perdidos pelo Galo. A boa vantagem levada para o sul do país credenciava o time regatiano como grande favorito para avançar de fase. Ninguém ousava dizer que o CRB não estaria classificado. Contudo, o inimaginável aconteceu. O Caxias devolve o placar e consegue a classificação ao quadrangular final daquele ano. Foi uma decepção muito grande, já que não restava um amigo meu, principalmente, torcedor do CSA que eu não tivesse gozado.

A segunda situação, talvez a mais dolorosa e mais recente, foi a derrota do Atlético Mineiro no Mundial de Clubes FIFA⁶. O Atlético tinha uma equipe infinitamente superior ao seu adversário, o Raja Casablanca, do Marrocos. Nem o mais pessimista dos torcedores previa uma derrota para a equipe Marroquina. Contudo, o viés aconteceu e a equipe mineira foi eliminada

⁵ O Estádio Rei Pelé, inaugurado em 25 de outubro de 1970, é o maior e principal estádio de futebol do Estado de Alagoas, com capacidade para 22 mil pessoas. Ele também é conhecido como "Trapichão", em alusão ao bairro do Trapiche, no qual está alocado.

⁶ Torneio que reúne seis campeões continentais, além do clube do país-sede. É realizado anualmente, no mês de Dezembro.

ainda na Semifinal da competição. Muita mais que tristeza, sentia uma verdadeira frustração em virtude dessa derrota.

Alegrias e tristezas presentes que fazia me sentir parte de ambos os clubes, fazendo com que eu sentisse um sentimento de pertencimento tanto ao CRB quanto ao Atlético. Sobre essa idéia de pertencer, Damo (1998), trás sua contribuição:

Torcer é o mesmo que pertencer - só não uso a expressão "pertencedores" porque o termo "torcedores" já está consagrado, tanto no cotidiano quanto nos trabalhos acadêmicos sobre o tema -, o que significa, literalmente, fazer parte, tomar partido, assumir certos riscos e vivenciar excitações agradáveis ou frustrações. Tudo isso, é claro, de acordo com a importância e o significado assumidos pelo futebol e pela paixão clubística na vida de cada torcedor (DAMO, 1998, p.11).

Torcia para ambos os clubes e assim se sucede até hoje. E assim era minha vida de torcedor em Maceió. Quando o CRB jogava e vencia, eram brincadeiras com meus amigos, principalmente, torcedores do CSA. Da mesma forma quando o Atlético jogava, perdendo ou ganhando, tinha amigos para zoar ou ser zoado por eles. Fazia parte daquele meu universo de torcedor.

Contudo, em 2003, aos 17 anos, troco Maceió por Belo Horizonte. Uma mudança difícil, já que as duas cidades têm suas peculiaridades que as tornam muito diferentes. Falando especificamente de futebol, naquela rodinha de amigos já em Minas Gerais, começo a ser questionado, já que eles acham, no mínimo, diferente eu torcer pelo CRB e pelo Atlético.

O que era extremamente normal na minha cidade natal parece ser um pouco incomum aqui na capital mineira. Esse questionamento me fez lembrar alguns amigos Pernambucanos que não concordavam com aqueles torcedores de Maceió que não torciam pelas equipes locais.

De fato, em Maceió, é algo muito comum o torcedor escolher mais de um clube ou mesmo torcer por um clube de futebol que não seja local. Tenho muitos amigos que torcem, por exemplo, para o CRB e Flamengo ou ainda torce pelo apenas pelo Flamengo. Até a minha chegada em Belo Horizonte nunca tinha parado para pensar sobre o torcer por equipes que não são de Maceió ou ainda torcer para, pelo menos, dois clubes de futebol.

Esse contexto me despertou um grande interesse sobre o assunto, que aumentou ainda mais após a minha entrada no curso de Educação Física da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), em 2010. Já em 2011, passei a fazer parte do Grupo de Estudos sobre Futebol e

Torcidas (GEFuT⁷). Foram seis meses que considero ter sido crucial para a minha caminhada acadêmica, uma vez que após esse período, reconheci a possibilidade real de investigar o torcer em Maceió e me debrucei diante desse assunto.

Diante disso, procurei compreender que fenômeno seria esse que ocorria na capital alagoana. Recordo que na minha época de criança em Maceió, aqueles que torciam por uma equipe de fora da região ou mesmo para, no mínimo, duas equipes, sendo uma dessas de fora, eram chamados de torcedores mistos por aqueles que torciam apenas para os clubes locais. Essa idéia é corroborada por Vasconcelos:

Existe um perfil de torcedor pejorativamente chamado de "torcedor misto". Ele tem por hábito torcer por dois ou mais times: Um de seu estado e outro(s) de região(ões) diferente(s). Exemplo: torcer simultaneamente para Ceará e Corinthians/SP; ou para o Santa Cruz/PE e Botafogo/RJ. Também é chamado de misto o torcedor que torce exclusivamente por um time, sendo este "de fora" (VASCONCELOS, 2011; p.13).

Campos & Toledo (2013) remetem o torcer misto ao campo da bifiliação clubística, sendo um fenômeno presente em todo o Brasil. Vasconcelos (2012) vai ao encontro desses autores, mas salienta que na região nordeste o questionamento ao torcedor misto ocorre com maior intensidade, sendo o local de maior atuação dos torcedores "anti-mistos".

Os torcedores "anti"mistos", conforme Vasconcelos (2011), são aqueles que organizam manifestações contra os torcedores mistos. Eles torcem apenas pelas equipes locais e não aprovam a opção clubística feita pelos torcedores mistos. Esses torcedores começam a questionar o que levam seus conterrâneos a torcer por equipes oriundas de outras regiões. Através de faixas e cartazes nos estádios, camisetas com mensagens, comunidades e vídeos na Internet, eles apresentam argumentos que, a seu ver, são motivos para não se torcer por um clube "de fora" (VASCONCELOS, 2012, p.2).

Diante disso, diversas campanhas são lançadas com o intuito de conscientizar o torcedor misto. Em 2007, na capital alagoana, após diversas discussões nas redes sociais acerca do torcer por equipes de outros Estados, surge um movimento de conscientização do torcedor alagoano, em especial, do CRB com o slogan: CRB Meu único time.

⁷ Grupo que tem desenvolvido estudos e pesquisas sobre temas correlatos ao futebol e as torcidas. Disponível em: http://gefut.wordpress.com /

FIGURA 1 - SLOGAN: CRB, MEU ÚNICO TIME.



Fonte: Imagem retirada do grupo: CRB, meu único time⁸

Desde então, foram desenvolvidas faixas, camisas, adesivos que fizessem alusão ao torcer apenas pelo clube da terra.

FIGURA 2 - SLOGAN: CRB, MEU ÚNICO TIME.



⁸ Dispo

Fonte: Imagem retirada do grupo no Orkut: CRB, meu único time⁹.

Essas manifestações não ocorriam apenas nos jogos das equipes de Maceió. Pela Copa do Brasil de 2011, o Murici, da cidade de mesmo nome, enfrentou a equipe do Flamengo, em Maceió, no Estádio Rei Pelé.

Nesse jogo, diante de uma presença maciça de torcedores flamenguistas, os anti-mistos aproveitam para protestarem contra os mistos. Conforme podemos visualizar na Figura 3.



FIGURA 3 - TORÇA APENAS PARA O TIME DO SEU ESTADO

Fonte: Imagem retirada do grupo no Facebook: CRB, meu único time

Torna-se evidente que nos últimos anos houve um crescimento da resistência dos torcedores que torcem apenas pelas equipes locais. Em contrapartida, os torcedores mistos parecem não ceder a essas manifestações.

⁹ Disponível em: http://www.orkut.com.br/Main#Community?cmm=31004769 . Acesso em: 29 abr. 2013

Entre os torcedores, há um debate sobre o ato de torcer por times "de fora". Nessas conversas os torcedores "mistos" são com freqüência descritos como alienados, manipulados pela imprensa do Sudeste, pessoas que não valorizam os times locais. Alguns afirmarão ainda que em futebol só se deve torcer por uma equipe. Por sua vez, os "mistos" se defendem, sustentando o direito da livre escolha, independente de fronteiras, o que não é sinônimo de desconsideração ao Nordeste (VASCONCELOS, 2011, p.13).

Por isso, diante de um assunto cada vez mais presente no cotidiano do torcedor, sendo um tema central de várias discussões entre os torcedores, compreendia que é um problema que necessitava de um maior aprofundamento. Por que não torcer apenas pela sua equipe local? Por que torcer também por equipes de outras regiões? Seria possível torcer para mais de uma agremiação?

São perguntas que nortearam este trabalho e, juntamente com os diversos problemas que foram surgindo durante o desenvolvimento desta pesquisa formaram uma base sólida para pensarmos e refletirmos sobre essa forma de torcer e as suas razões.

1.1 Objetivo Geral:

Analisar o torcer misto do torcedor maceioense.

1.2 Objetivos Específicos:

- Identificar as razões que levariam o torcedor maceioense a torcer também por equipes de outras regiões;
- Analisar o que os torcedores maceioenses pensam sobre o assunto;

1.3 Justificativa:

Como destaca Damo (1998), a escolha pelo clube do coração é considerada uma preferência de natureza pessoal. Em Maceió essa prática é acompanhada normalmente pela escolha de mais de um clube.

Embora a escolha do clube do coração seja individual, tem sido cada vez mais comum a contestação destes torcedores por parte de outros que se consideram puros, ou seja, que torcem apenas para equipes da sua região. Esse questionamento acaba por gerar longas discussões sobre torcer ou não por equipes "de fora". Nessas conversas os torcedores "mistos" são com frequência descritos como alienados, manipulados pela imprensa do sudeste, pessoas que não valorizam os times locais (VASCONCELOS, 2011, p.13).

É um assunto que vem crescendo e ganhando força no cenário regional. Contudo, levando em consideração o meio acadêmico, a discussão sobre a temática ainda é pouco disseminada. São pouquíssimos trabalhos que abordam a relação do torcer por um ou por vários clubes de futebol.

Diante disso, este trabalho torna-se extremamente relevante, uma vez que surge como possibilidade de preenchimento de um nicho pouco explorado dentro dos estudos do lazer e do torcer, na perspectiva do futebol. Outrossim, pensando nas pesquisas envolvendo este conteúdo, ao menos em Maceió, é um estudo pioneiro, podendo incentivar outros pesquisadores a desenvolver novas investigações acerca do tema.

Outro ponto importante que devemos levar em consideração são as campanhas propostas pelos torcedores maceioenses quanto aos trajes utilizados nos dias de jogos das equipes locais e suas reações. É comum nos jogos dos clubes de Maceió, o torcedor ir ao estádio com camisas alusivas a agremiações de outras regiões. Não existe problema enquanto estiver como um apelo de conscientização. Contudo, analisando as discussões, principalmente pela Internet, o problema pode ocorrer quando o torcedor decidir ir de encontro a essas solicitações.

Essa discordância pode gerar um atrito entre esses torcedores e, como expõe Pimenta (1997), essas sobrecargas de tensões podem fazer do futebol um local propício ao surgimento de agressões. Diante desse quadro, este trabalho também poderá dar subsídios a fim de contribuir para a elaboração de políticas públicas direcionadas para essas situações, trazendo novos elementos no que diz respeito a segurança e bem estar do torcedor.

1.4 Métodos:

O método é a sistematização dos processos de pesquisa (MATTOS; JÚNIOR; BLECHER, 2008). Dentro dessa perspectiva, para uma melhor compreensão da estratégia metodológica utilizada, fiz uma descrição detalhada com o intuito de proporcionar um melhor entendimento de todo o percurso metodológico empreendido e para facilitar a reprodução da pesquisa por outros autores interessados na temática do estudo.

Pesquisa alguma parte hoje da estaca zero (MARCONI; LAKATOS, 2006, p.225). Partindo dessa premissa, o principio deste trabalho ocorreu com uma revisão bibliográfica onde procurei analisar todo o conteúdo publicado dentro da temática proposta.

Essa revisão foi imprescindível para o desenvolvimento da pesquisa, pensando na formação de uma base teórica sólida que fomentaria toda a discussão e a analise dos resultados encontrados. Uma revisão teórica, em geral, tem o objetivo de circunscrever um dado problema de pesquisa dentro de um quadro de referência teórico que pretende explicá-lo (LUNA, 1996, p.83).

Para a construção de todo acervo que embasou essa pesquisa, foi acessado o portal CAPES, o sistema de bibliotecas da UFMG e diversos estudos relacionados com a temática.

Essa pesquisa teve uma abordagem qualitativa e quantitativa. Gomes e Amaral (2005) discorrem sobre a utilização dessas duas abordagens. De acordo com os autores, cada uma dessas abordagens tem suas peculiaridades. Contudo, é viável a utilização de ambas de maneira integrada.

Dessa forma, a integração entre as pesquisas quantitativas e qualitativas permite que o pesquisador faça um cruzamento de suas conclusões no intuito de ter maior confiança de que seus dados não são produtos de um procedimento especifico ou de alguma situação particular (GOMES & AMARAL, 2005, p.46).

Diante dessa integração e pensando no esclarecimento dos resultados encontrados, utilizei essas duas abordagens com o intuito de atender os objetivos propostos por esse estudo.

Dentro do tema, entendo que dois pontos seriam cruciais para compreensão e, principalmente, para chegar as conclusões da pesquisa: Identificar e explicar. Por isso, dentro desses pontos que julgo importante, esse estudo teve uma finalidade descritiva e explicativa.

Gil (2008), cita que uma pesquisa descritiva tem como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis. Dentro dessa ideia, Mattos, Júnior e Blecher (2008), citam que pesquisas com esse fim têm como características observar, registrar, analisar e descrever, correlacionando fatos ou fenômenos sem manipulá-los.

Quanto a finalidade explicativa da pesquisa, Gil (2008), expõe que esse tipo de estudo é o que mais aprofunda o conhecimento da realidade, porque explica a razão, o porquê das coisas. Essa ideia vai ao encontro do que foi planejado para esse estudo, principalmente pela necessidade de identificação das características presentes no fenômeno estudado, bem como as suas motivações.

Esse estudo se caracterizou como uma pesquisa *Survey*. Esse tipo de pesquisa é também classificado como pesquisa de levantamento, sendo caracterizada:

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

Freitas *et al* (2000), descreve esse tipo de pesquisa como sendo importante para "obtenção de dados ou informações sobre características, ações ou opiniões de determinado grupo de pessoas, indicado como representante de uma população alvo".

Essa ideia vai ao encontro dos dados coletados. Foram extraídas diversas informações e, principalmente, as opiniões obtidas trouxeram contribuições imprescindíveis para as conclusões do trabalho.

Além disso, embora exista uma população-alvo, não é necessário pesquisar toda ela. De acordo com Michel (2009), a *Survey* "trata-se de pesquisa cujo propósito é entender a população maior da qual a amostra foi inicialmente selecionada, através de preposições gerais sobre o comportamento humano".

Contudo, o principal viés desse tipo de pesquisa é o meio de envio do instrumento de coleta. Freitas *et al* (2000), cita que uns dos instrumentos desse tipo de pesquisa é o questionário. Embora o autor faça algumas ressalvas, o que mais chamou a atenção é quanto ao meio de aplicação desse instrumento, não sendo necessária a presença do pesquisador.

Um dos instrumentos que podem ser utilizados para a realização da survey é o questionário, tendo como estratégia de aplicação a entrevista pessoal, o envio pelo correio etc. Na escolha da estratégia de aplicação deve-se atentar para o custo, o tempo, e também para a forma que venha a garantir uma taxa de resposta aceitável para o estudo (FREITAS *et al.*, 2000, p.107).

Levando em consideração os critérios de exclusão, os sujeitos da pesquisa foram Alagoanos, residentes em Maceió e que, independente do seu grau de envolvimento, torcessem por algum clube de futebol.

Nesse momento, aplicamos os instrumentos elaborados com o intuito de efetuar a coleta dos dados. Para coletar informação a propósito de fenômenos humanos, o pesquisador pode, segundo a natureza do fenômeno e a de suas preocupações de pesquisa, ou consultar documentos sobre a questão, ou encontrar essa informação observando o próprio fenômeno, ou ainda interrogar pessoas que o conhecem (LAVILLE & DIONNE, 1999, p. 176).

Optamos por interrogar os sujeitos. Logo, como instrumento de coleta, redigimos um questionário misto, ou seja, com perguntas abertas e fechadas. Esse modelo foi pensado em virtude da sua estruturação.

As perguntas fechadas são destinadas a obter informações sociodemográficas sobre o entrevistado (sexo, escolaridade, idade etc.) e identificar suas opiniões (sim –não; conheço – não conheço etc.). Já as perguntas abertas visam a aprofundar as opiniões do entrevistado a respeito do tema, podendo expor seus pensamentos sobre o assunto investigado (MATTOS; JÚNIOR; BLECHER, 2008, p. 68).

Dentro dessa estruturação, entendia que seria imprescindível para a obtenção de um grande número de informações. O Questionário foi enviado¹⁰ através da ferramenta Google Docs¹¹. Esse tipo de instrumento é classificado por Vieira (2009), como Questionário de autoaplicação, que se caracteriza pelo seu envio aos respondentes através de meios como correio,

¹⁰ Inicialmente, os questionários seriam aplicados nos arredores do Estádio Rei Pelé, principal estádio de Alagoas. No período em que eu estaria em Maceió, haveria três partidas, sendo uma do C.S.A e duas do C.R.B. O questionário seria aplicado momento antes dos jogos. Contudo, o CRB perdeu três mandos de campo o que inviabilizou a pesquisa de campo. Diante desse quadro, optei pelo envio de questionário pela internet.

¹¹ O Google Docs é uma ferramenta eletrônica disponibilizada pelo GOOGLE. Para saber mais a respeito desse instrumento, sugiro: MACHADO, Ana C. T. **A ferramenta Google Docs: construção do conhecimento através da interação e colaboração**. Revista Científica de Educação a Distância, v. 12, n. 1, 2009.

e-mail ou Internet. Sobre essa possibilidade, Vieira (2009) fala sobre as contribuições e restrições desta escolha:

O levantamento de dados por e-mail ou Internet é procedimento recente, mas apresenta vantagens: os questionários são facilmente distribuídos, a coleta e o processamento dos dados são rápidos. No entanto, a pesquisa fica restrita aos usuários da Internet, que não representam a população em geral. Portanto, antes de fazer um levantamento de dados por e-mail ou pela Internet, considere quem poderia ser contatado (VIEIRA, 2009, p.19).

Diante das implicações inerentes ao instrumento proposto, os questionários foram disponibilizados nas redes sociais virtuais. Essas redes representam uma nova tendência de partilhar contatos, informações e conhecimentos (PATRÍCIO & GONÇALVES, 2010).

Diante disso, dentre as diversas redes existentes, utilizamos o Orkut e o Facebook como campo para coleta dos dados, em virtude da sua estruturação¹² que é feita em forma de perfis que se interagem (não necessariamente) por meio de grupos, comunidades e mensagens.

Além do questionário, foi utilizada também uma entrevista semi-estruturada. Esse tipo de entrevista, de acordo com Laville & Dionne (1999), consiste em uma série de perguntas abertas, feitas verbalmente em uma ordem prevista, mas na qual o entrevistador pode acrescentar perguntas de esclarecimento.

Esse contato entre o pesquisador e o entrevistado é imprescindível na busca de informações mais sinceras e adequadas ao assunto explorado. Além dessa coleta de informações, esse instrumento pode proporcionar ao entrevistado um auxilio em caso de dúvidas, contribuindo para uma maior aproximação dos objetivos da pesquisa.

Com os instrumentos e as técnicas estabelecidos, partimos para etapa de aplicação dessas ferramentas. Essa etapa consiste na aplicação dos instrumentos elaborados e das técnicas selecionadas, a fim de se efetuar a coleta dos dados previstos (MARCONI; LAKATOS, 2006, p.165).

A aplicação dos instrumentos foi dividida em duas etapas: Levantamento e campo. Em um primeiro momento, disponibilizamos o Questionário nas redes virtuais¹³ no dia 15 de

¹² Raquel Recuero em seu livro: Redes sociais na Internet faz uma análise das redes sociais e daqueles que compõe esse meio. Por isso, para saber mais acerca do tema, segue como sugestão, já que é um assunto que está muito presente na sociedade contemporânea.

¹³ As comunidades do ORKUT onde foram disponibilizados os questionários foram: CONTRA OS MISTOS DE ALAGOAS; CRB – CLUBE DE REGATAS BRASIL; FUTEBOL DE ALAGOAS; CRB, meu ÚNICO TIME;

dezembro de 2013 e aguardamos respostas até o dia 15 de Janeiro de 2014. Para aplicação do questionário, em especial no Facebook, foi solicitada permissão para os moderadores¹⁴ do grupo. Possivelmente, em virtude do meu time do coração, houve uma demora na minha aceitação por parte do grupo do CSA. Embora, durante o período da pesquisa, eu tenha retirado da minha página no Facebook todas as informações possíveis que me ligassem ao CRB.

Esse período foi importante para realizar um levantamento e seleção dos indivíduos que participariam das entrevistas. Encerrado este período, partimos para outra etapa. A Entrevista.

Entre os dias 19 de Janeiro e 28 de Janeiro, em Maceió, fiz contatos com alguns torcedores e marquei as entrevistas. Foram realizadas duas ¹⁵ entrevistas ao total. A primeira entrevista ocorreu no dia 23 de Janeiro e segunda no dia 27 de Janeiro, sendo entrevistados um torcedor misto e outro não misto.

Após essas entrevistas, foi finalizada a pesquisa de campo e, consequentemente, a coleta dos dados.

Após o período de coleta dos dados, utilizei como estratégia para analisar, principalmente, as informações disponibilizadas na parte aberta do questionário bem como as entrevistas, os pressupostos teóricos da analise de conteúdo, sendo esta definida como:

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 as condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens (BARDIN, 2009, p.44).

Inicialmente, organizei as respostas tabuladas¹⁶. Uma vez tabulados, os dados foram categorizados de acordo com as perguntas enviadas pelos questionários. Embora não seja uma etapa obrigatória dentro da análise de conteúdo, foi necessária essa organização a fim de analisar

Rivalidades Alagoanas; Já os grupos do FACEBOOK foram: CRB – CLUBE DE REGATAS BRASIL; NAÇÃO AZULINA e [OFICIAL] CSA – Centro Sportivo Alagoano.

¹⁵ A idéia inicial era realizar **SEIS** entrevistas com torcedores considerados mistos e não mistos. Contudo, como o período da entrevista ocorreu durante a semana, houvera dificuldade quanto aos encontros para realização dela. Isso ocorreu em virtude do cronograma de trabalho dos entrevistados. Logo, diante das informações obtidas através do questionário, entendemos que apenas com os 2 entrevistados, os complementos necessários seriam suficientes e atenderiam os objetivos propostos.

¹⁴ Moderador é quem faz todo o controle do grupo.

¹⁶ O Google Docs já nos fornece as respostas em forma de tabela, embora necessitando ainda de uma reorganização.

os resultados forma mais clara e objetiva. Além disso, de acordo com Bardin (2009), a maioria dos procedimentos de análise organiza-se, no entanto, em redor de um processo de categorização.

Diante dessas informações, as características dessa técnica de analise foram ao encontro do planejamento da pesquisa. Certamente foi uma estratégia imprescindível para esse estudo. Os dados coletados foram remetidos a um estudo minucioso a fim de extrair um grande número de informações possíveis.

2 SOBRE OS DADOS:

Os questionários foram disponibilizados entre os dias 15 de Dezembro de 2013 e 15 de Janeiro de 2014. Levando em consideração os critérios de exclusão, foram aproveitados 71, dos

74 questionários respondidos. Esse instrumento foi desenvolvido baseado em dois pontos de analise: O torcedor e a sua forma de torcer. Esses aspectos seriam imprescindíveis para analise de todo o conteúdo proposto, principalmente, na identificação dos pontos centrais dessa pesquisa.

Portanto, nessa capitulo, apresento os dados oriundos das informações extraídas dos questionários e das entrevistas realizadas, dialogando com a literatura existente dentro da temática, bem como com outros estudos que estariam em outras áreas, mas que complementariam o desenvolvimento das ideias e analise dos resultados.

Dentro da perspectiva da analise do torcedor, serão apresentados alguns dados com o intuito de conhecermos um pouco mais sobre o perfil dos participantes desse estudo. Posteriormente, vamos discutir e debruçamos sobre o torcedor dentro da perspectiva do torcer e suas manifestações, sendo complementada pelas respostas advindas das entrevistas realizadas em Maceió.

2.1 O torcedor:

Analisaremos aqui o perfil dos torcedores que participaram da pesquisa, apresentando a faixa etária da amostra assim como as regiões de Maceió no qual os torcedores são provenientes.

2.1.1 Idade:

Inicialmente apresentamos algumas características referente a idade dos indivíduos que participaram desse estudo.

TABELA 1 - Característica etária da amostra

MÉDIA DE IDADE	IDADE MÍNIMA	IDADE MÁXIMA
(em anos)	(em anos)	(em anos)
24	13	42

Fonte: Elaborado pelo autor.

Conforme exposto na Tabela 1, a média de idade das pessoas que responderam o questionário foi de 24 anos de idade. Na tabela abaixo, mostramos a concentração de indivíduos respondentes por faixa etária.

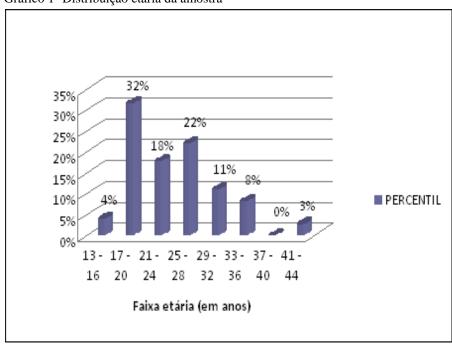


Gráfico 1- Distribuição etária da amostra

Fonte: Elaborado pelo autor.

Percebe-se que no Gráfico 1 que a amostra dos indivíduos se concentrou na faixa etária compreendida entre os 17 e 28 anos. Possivelmente, os valores dentro dessa faixa etária podem ser relacionados com o meio de envio do questionário.

Em 2011, o IBGE divulgou os resultados¹⁷ sobre acesso a Internet, apresentando vários indicadores quanto a sua utilização. Dentre esses indicadores, estão os grupos etários. Esse estudo

1

¹⁷ Os resultados foram apresentados no livro PNAD 2011 - Acesso à Internet e posse de telefone móvel celular para uso pessoal. O principal objetivo desse material é justamente ampliar o conhecimento sobre a utilização das tecnologias de informação e comunicação. Foram apresentados alguns indicadores interessantes quanto ao acesso da Internet e o uso do telefone móvel pelas pessoas.

apresentou resultados apontando que os indivíduos que mais acessam Internet estão na faixa etária de 10 a 24 anos, estando mais concentrado entre 17 e 20 anos de idade.

Portanto, os resultados apontados pelo IBGE vão ao encontro da nossa distribuição etária, já que os valores encontrados são similares dentro da faixa etária discutida.

Contudo, pensando nos objetivos da pesquisa, essa maior concentração de indivíduos numa determinada faixa de idade não representou problema na interpretação dos dados bem como sua analise. Uma das possibilidades dessa pesquisa é analisar o torcer dentro das diferentes faixas etárias. Isso foi possível graças a amplitude etária da amostra que obteve respostas desde jovens até pessoas mais experientes.

2.1.2 **Região:**

Maceió é a capital do Estado de Alagoas. Sua população totaliza 932 mil e 748 habitantes, distribuídos em 503 mil e 072 Km² (IBGE, 2010)¹⁸. A capital alagoana é dividida em oito Regiões Administrativas (RA)¹⁹. Dentro dessas macroregiões estão contidos os bairros²⁰ da cidade. A Tabela 2 mostra a distribuição das pessoas que responderam os questionários em relação as regiões de origem.

TABELA 2 - Distribuição da amostra por região (em %)

Regiões Administrativas	Amostra	Amostra relativa					
RA - 1	24	34%					
RA-2	3	4%					
RA-3	10	14%					
RA-4	11	15%					
RA-5	11	15%					

¹⁸ Disponível em: http://cod.ibge.gov.br/232YX

¹⁹ De acordo com a Lei Municipal Nº 5486 de 30/12/2005, capitulo IV – art. 192. Essa lei faz parte do Plano Diretor da cidade Maceió.

²⁰ RA – 1. Poço, Ponta Verde, Jaraguá, Jatiúca, Ponta da Terra, Mangabeiras e Pajuçara; RA – 2. Centro, Vergel do Lago, Pontal da Barra, Ponta Grossa, Trapiche da Barra, Levada e Prado; RA – 3. Farol, Pitanguinha, Pinheiro, Gruta de Lourdes, Canaã, Santo Amaro, Jardim Petrópolis e Ouro Preto; RA – 4. Mutange, Bebedouro, Petrópolis, Santa Amélia, Bom Parto, Chã de Bebedouro, Fernão Velho, Rio Novo e Chã de Jaqueira; RA – 5. Jacintinho, Barro Duro, Serraria, São Jorge e Feitosa; RA – 6. Benedito Bentes e Antares; RA – 7. Santos Dumont, Cidade Universitária, Santa Lúcia, Clima Bom e Tabuleiro dos Martins; RA – 8. Jacarecica, Guaxuma, Garça Torta, Cruz das Almas, Riacho Doce, Pescaria e Ipioca

RA-6	2	3%
RA-7	10	14%
RA-8	0	0%

Fonte: Elaborado pelo autor.

Falar de futebol em Alagoas é logo fazer referência ao CRB e ao CSA. São as duas equipes mais tradicionais do Estado, dividindo a hegemonia de títulos locais. O CSA, ao todo, possui 38 títulos, enquanto o CRB, 27. Diante dessa rivalidade, dentre as regiões administrativas que compõem a cidade de Maceió, destaco duas: RA –1 e a RA – 4, já que são essas regiões que abrigam os bairros que são o berço dessas duas importantes e tradicionais equipes: Pajuçara e Mutange.

Na RA – 1 está inserida o bairro da Pajuçara e todos os bairros da orla de Maceió e proximidades, sendo o berço do CRB. Nesse bairro estava localizava²¹ a sede, o ginásio e o Estádio do clube. É uma relação que começa logo na sua fundação, em 1912, e perdura até hoje. É tão intensa essa identidade com o bairro que é muito comum as pessoas, desde torcedores aos cronistas, se referirem ao CRB como "Galo da Pajuçara".

Dentro do RA – 4 está alocado o bairro do Mutange, estando as margens de uma das principais lagoas da cidade: a lagoa Mundaú. O CSA tem toda sua estrutura, desde a sua sede até o seu estádio localizado nesse bairro. Diante disso, é muito comum ver muitos torcedores trajando trajes que façam alusão o clube. Assim como o seu rival, essa relação de identidade com o bairro fez com que o CSA seja também conhecido como "Azulão do Mutange".

O CRB é considerado um clube das elites, enquanto o CSA é exaltado como o clube das massas. Essa distinção está justamente relacionada as regiões de influências de ambos os clubes.

A Orla de Maceió é um local conhecido como região no qual a sua população tem um maior poder aquisitivo. Nessa região estão os principais hotéis de Maceió, que recebi milhares de visitantes todos os anos.

²¹ Em 2013, o CRB finalizou o processo de venda do seu patrimônio. Foi vendido o Estádio Severiano Gomes Filho, mais conhecido como Estádio da Pajuçara. Além da venda da sua sede, o Beer CRB. A nova sede do clube está localizada no bairro do Jaraguá. Quanto ao local dos treinamentos, que antes eram realizados no campo da Pajuçara, está sendo realizado no Centro de Treinamento (CT) do Corinthians Alagoano. Existe uma previsão de construção de

está sendo realizado no Centro de Treinamento (CT) do Corinthians Alagoano. Existe uma previsão de construção de um Centro de Treinamento próprio do clube, tendo seu inicio ainda em 2014. Esse CT será chamado de "Ninho do Galo".

_

Em contrapartida, o bairro do Mutange é um local conhecido pela sua simplicidade e justamente por ter uma população mais humilde. É um local onde a população possui um poder aquisitivo menor em comparação a orla.

2.2 O Torcer:

A partir desse tópico, adentramos na perspectiva do torcer e suas motivações. Entenderemos um pouco sobre as razões que levam o torcedor em Maceió a escolha do seu clube ou clubes do coração, através das analises em torno do que foi pesquisado e do que se tem até hoje sobre a temática do assunto.

2.2.1 Time do coração:

Tão certo quanto o gosto do brasileiro pelo futebol, é a escolha do time do coração. Diante disso, se existe a intenção de saber as razões sobre o torcer, é fundamental que a população de interesse já tenha passado por esse momento de escolha. Mesmo que muitas vezes seja apenas para fazer parte de um meio, neste caso, o futebol.

Pensando nisso, indaguei sobre o time do coração dos nossos respondentes e obtive as respostas conforme o gráfico abaixo:

Gráfico 2 - Time do coração



Fonte: Elaborado pelo autor

Os resultados apontaram um crescimento pela opção preferencial dos times da capital. Houve um maior índice de respostas pelos torcedores do CRB em detrimento do CSA. Essa diferença já era esperada, já que o questionário só foi disponibilizado semanas depois do inicio da coleta para os torcedores azulinos²².

Em 2013, O portal Cadaminuto/IBRAPE²³ realizou uma pesquisa sobre os clubes de preferência dos maceioenses. Os resultados apontaram um empate técnico entre os dois principais clubes da capital. O CRB apareceu com 28,5% da preferência do torcedor, enquanto seu rival, CSA, teve 28,1%. Além da presença dos dois principais times da capital, um time do interior, a Agremiação Sportiva Arapiraquense (ASA)²⁴ ficou em terceiro lugar, com 2,8%.

Esses números revelam uma mudança no cenário geral do torcedor maceioense. Antes preteridos, hoje apontados como times do coração. É um crescimento importante que ocorre em um momento de leve ascensão do futebol alagoano. Nos últimos anos o futebol alagoano teve momentos de certo protagonismo, que não era visto em outros tempos. No que tange competições nacionais, as equipes do Estado apresentaram, embora ainda de forma tímida, bons resultados dentro das suas pretensões. Com frequência essas agremiações disputam a Copa do Brasil e o Campeonato Brasileiro das séries "B", "C" e "D".

Na Copa do Brasil, houve uma melhora no desempenho dos clubes alagoanos. No principio da competição, era comum os clubes locais passarem por verdadeiros vexames. Eram goleadas e eliminações precoces da competição nacional. Contudo, esse cenário mudou um pouco, já que nas últimas 10 participações (Tabela 3 e 4), em seis possibilidades as equipes do Estado conseguiram avançar de fase. CRB e CSA, juntamente com o Corinthians Alagoano²⁵ e o ASA fizeram campanhas mais condizentes com a importância desses clubes no cenário estadual.

²² Azulinos é como são chamados os torcedores do CSA, em referencia ao "azulão", seu mascote.

²³ Disponível em: http://minutoesportes.com.br/noticia/215718/2014/01/02/csa-x-crb-pesquisa-aponta-que-torcida- do-crb-e-a-maior-de-alagoas . Acesso em: 02 jan. 2014.

O ASA tem sua sede na cidade de Arapiraca, situada no interior de Alagoas. Para conhecer mais sobre este clube,

acessar o seu site oficial: http://www.asa-arapiraca.com.br/

²⁵ O Sport Club Corinthians Alagoano é natural de Maceió, fundado em 04 de abril de 1991. A agremiação tem toda sua estrutura alojada no bairro da Serraria. O Clube tem nas categorias de base a sua principal força. Contudo, já foi campeão Estadual, no ano de 2004. Atualmente, para o campeonato alagoano de 2014, a equipe da serraria se fundiu com a equipe do Santa Rita, da cidade de Boca da Mata, no qual manteve o nome da equipe do interior. Esse ano,

TABELA 3 - Jogos das equipes alagoanas na Copa do Brasil (2004 a 2009)

ANO	EQUIPES		PLACAR	ANO	EQUIPES		PLACAR
2004	CRB	Flamengo - RJ	4 x 4	2008	Juventus - SP	Coruripe - AL	5 x 1
2004	Flamengo - RJ	CRB	3 x 1	2008	Corinthians - AL	Atlético - PR Corinthians -	1 x 1
2004	ASA	Brasiliense - DF	1 X 1	2008	Atlético - PR	AL Corinthians -	1 x 1
2004	Brasiliense - DF	ASA	3 X 0	2008	Paranavaí - PR	AL Paranavaí -	0 x 1
2005	Coruripe - AL	Fortaleza - CE	1 X 1	2008	Corinthians - AL	PR Juventude -	4 x 1
2005	Fortaleza - CE	Coruripe - AL	3 X 1	2008	Corinthians - AL	RS Corinthians -	2 x 0
2005	Corinthians - AL	São Caetano - SP	0 x 2	2008	Juventude - RS	AL Corinthians -	3 x 1
2006	ASA	Flamengo - RJ	1 x 1	2008	Vasco – RJ	AL	5 x 1
2006	Flamengo - RJ	ASA	2 x 1	2008	Corinthians - AL	Vasco - RJ	1 x 3
2006	São José - AP	CRB	0 x 1	2009	ASA	Vitória - BA	1 x 1
2006	CRB	São José - AP	3 x 0	2009	Vitória – BA	ASA	1 x 1
2006	CRB	Cruzeiro - MG	0 x 2	2009	Serra – ES	CSA	2 x 3
2007	CSA	Botafogo - RJ	1 x 1	2009	CSA	Serra - ES	3 x 1
2007	Botafogo - RJ	CSA	5 x 2	2009	CSA	Santos - SP	0×0
2007	Coruripe - AL	América - RJ	1 x 1	2009	Santos - SP	CSA	0 x 1
2007	América - RJ	Coruripe - AL	3 x 1	2009	CSA	Coritiba - PR	0 x 4
2008	Coruripe - AL	Juventus - SP	4 x 1	2009	Coritiba - PR	CSA	3 x 0

Fonte: Elaborado pelo Autor

TABELA 4 - Jogos das equipes alagoanas na Copa do Brasil (2010 a 2013)

ANO	EQUIPES		PLACAR	ANO	EQUIPES		PLACAR
2010	ASA	Nacional - AM	0 x 0	2012	ASA	Coritiba - PR	1 x 0
2010	Nacional - AM	ASA	2 x 2	2012	Coritiba - PR	ASA	3 x 0
2010	ASA	Vasco - RJ	1 x 1	2013	CSA	Cruzeiro - MG	0 x 3
2010	Vasco - RJ	ASA	3 x 1	2013	Fast - AM	CRB	1 x 1
2010	Corinthians - AL	Vitória - BA Corinthians -	3 x 1	2013	CRB	Fast - AM	2 x 1
2010	Vitória - BA	AL	4 x 0	2013	CRB	Botafogo - RJ	0×0
2011	Murici - AL	Flamengo - RJ	0 x 3	2013	Botafogo - RJ Santa Cruz -	CRB	3 x 0
2011	Horizonte - CE	ASA	3 x 1	2013	RN	ASA	0×0
2011	ASA	Horizonte - CE	3 X 3	2013	ASA	Santa Cruz - RN	2 x 1
2012	Coruripe - AL	Palmeiras - SP	0 X 1	2013	ASA	Ceará - CE	3 x 0
2012	Palmeiras - SP	Coruripe - AL	3 X 0	2013	Ceará - CE	ASA	3 x 0

além do Estadual, o "novo" Santa Rita jogou a copa do Brasil, já que o CNPJ do Corinthians foi mantido, garantindo a participação da equipe no torneio nacional.

2012	Santa Quitéria - MA	ASA	2 x 3	2013	ASA	Flamengo - RJ	0 x 2	
		Santa Quitéria -]	Flamengo -			
2012	ASA	MA	2 x 1	2013	RJ	ASA	2 x 1	

Fonte: Elaborado pelo Autor

Além da Copa do Brasil, as equipes estaduais também disputaram o campeonato brasileiro. Embora, os clubes alagoanos não disputem a Série "A" há anos, eles tiveram alguns feitos interessantes nas divisões inferiores do futebol nacional.

Na Série "B", Alagoas, após vários anos com uma única equipe disputando a segundona, teve a participação de dois clubes: O ASA foi Vice-campeão da série C em 2009. Enquanto isso, em 2011, foi a vez do CRB repetir o feito. O Galo da Pajuçara alcançou o vice-campeonato da competição. Dessa forma, em 2012, ASA e CRB disputaram o certame nacional juntos, fato este ocorrido pela ultima vez em 2000, na Copa João Havelange²⁶, quando o CRB, juntamente com o CSA disputaram o torneio

Nas competições regionais, as equipes alagoanas tiveram um desempenho interessante. Em 2013, a Copa do Nordeste volta a ser disputada. Nessa edição, Alagoas chega a final com o ASA, que fica com o vice-campeonato do "nordestão".

Já na edição de 2014, é a vez de CRB e CSA disputarem a competição. Ambas as equipes se classificam, mas são eliminadas na segunda fase. Destacando a campanha do CSA na primeira fase, que foi uma das melhores equipes do torneio. Embora não se tenha conquistado títulos, as boas campanhas podem ser um dos motivos que façam com que os torcedores se identifiquem mais com eles.

A fidelidade ao clube contraria frontalmente a tese do pop-psicologismo, segundo a qual os perdedores na vida se identificam com os vencedores no esporte. De mais a mais, a escolha depende muito indiretamente da *performance* da equipe. [...] Todavia não basta que um clube esteja exposto na mídia, que vença vários campeonatos, para angariar adesões. Elas devem ser compassadas pela rede de sociabilidade, uma espécie de militância especialmente desperta quando o clube está em evidência (DAMO, 2001, p. 07).

²⁶ A Copa João Havelange foi a denominação dada pelo Clube dos 13 ao Campeonato Brasileiro de Futebol de 2000, em homenagem ao ex-presidente da CBF e da FIFA João Havelange. Impossibilitada pela Justiça de organizar o campeonato, a CBF passou a responsabilidade ao Clube dos 13. Mas, como este não pôde aplicar os critérios de acesso e descenso do ano anterior, acabou gerando o maior Campeonato Brasileiro de todos os tempos, reunindo 116

acesso e descenso do ano anterior, acabou gerando o maior Campeonato Brasileiro de todos os tempos, reun clubes de três divisões em um único torneio, porém dividido em 4 módulos na sua primeira fase.

_

Nesse fragmento de Damo (2001), a performance da equipe influenciaria na escolha do seu clube do coração, mas não seria imprescindível. Diante disso, o melhor desempenho das equipes locais nas competições em disputa trás para o clube um status de evidencia. Em uma das entrevistas realizadas, o entrevistado não misto deixa evidente que as boas campanhas podem influenciar na escolha do seu time.

Ele (o pai) começou a me levar "pro" estádio, "pro" Rei Pelé e era na época que o CRB "tava" bem "tava" na Série "B", o rival CSA "tava" apagado e eu fui me apaixonando cada vez mais pelo CRB (ENM, 2014).

O CRB, principalmente no final da década de 90 e inicio dos anos 2000, teve os seus momentos de melhor desempenho na segunda divisão do brasileiro, chegando a brigar de fato pelo acesso à série "A".

Além da ascensão dos clubes, outro ponto que entendo ser fundamental para essa aceitação dos clubes da região é transmissão dos jogos, em especial, do campeonato Estadual. Desde 2008, o campeonato Alagoano de futebol tem a transmissão dos jogos ao vivo para todo o Estado. Aqueles torcedores sendo ele da capital ou do interior, que, por ventura, não poderiam estar presentes no estádio, tem a opção da televisão aberta para assistir aos jogos.

A mídia cumpriu o papel de tirar o futebol do estádio, de socializá-lo em outros espaços de consumo (a rua, a casa, a fábrica), multiplicando, assim, as possibilidades de aumentar o volume de público do futebol e, de igual modo, de incorporar o futebol no cotidiano urbano (TORO, 2006, p.114).

Anterior a essa data, a opção na Televisão aberta se restringia aos jogos das equipes cariocas e paulistas. A Transmissão do Alagoano surge como uma nova opção de jogos, sendo uma forma de resistência aos outros estaduais, em especial, do eixo Rio-São Paulo²⁷.

Mesmo com essa melhora no cenário clubístico do futebol alagoano, a preferência de torcedores por clubes de outras regiões ainda é muito grande. O portal Cadaminuto/IBRAPE também perguntou aos torcedores quais times de outras regiões eles preferiam.

O Flamengo lidera a lista com 27,3%, seguido de Corinthians com 10,5% e Vasco com 8,8%. São Paulo (6%), Palmeiras (5%), Botafogo (1,6%), Fluminense (1,4%), Santos (1,1%), Grêmio e Sport(0,4% cada), e Atlético Mineiro e Bahia (02% cada) completam o

²⁷ Na Televisão Aberta, é transmitido para o Estado de Alagoas o campeonato Carioca e o campeonato Paulista.

ranking. Torcedores de times diversos somam 0,3% e 36,8% não souberam ou não responderam (PORTAL, 2014).

O resultado aponta um domínio das equipes dos Estados do Rio de Janeiro e de São Paulo. As sete primeiras equipes que apresentaram maior índice quanto a preferência do torcedor são desses Estados.

Essas equipes pertencem a regiões mais desenvolvidas do nosso país. Diante disso, essas equipes exerceriam um maior domínio perante aquelas equipes de Estados com menor influencia. Vasconcelos (2011), fala um pouco sobre essa condição de domínio e dominado:

O futebol brasileiro é composto de certas características que permitem pensá-lo como um *campo*. É um espaço composto por agentes e instituições – Times, federações, grupos políticos – que constroem relações e disputas especificas ao contexto desse *campo*. Dentre esses agentes, existem uns que assumem um lugar *dominante*, que detêm o monopólio dos tipos de capital que movimentam esse *campo*; e existem os *dominados*, que se encontram numa posição periférica das decisões e atenções. Todos lutam pelos símbolos distintivos que este campo produz e distribui de forma desigual (VASCONCELOS, 2011, p. 35).

Esse *campo* citado é definido por Bourdieu (1983, p. 89):

Um campo, e também o campo científico, se, define entre outras coisas através da definição dos objetos de disputas e dos interesses específicos que são irredutíveis aos objetos de disputas e aos interesses próprios de outros campos (não se poderia motivar um filósofo com questões próprias dos geógrafos) e que não são percebidos por quem não foi formado para entrar neste campo (cada categoria de interesses implica na indiferença em relação a outros interesses, a outros investimentos, destinados assim a serem percebidos como absurdos, insensatos, ou nobres, desinteressados) (BOURDIEU, 1983, p. 89).

Bourdieu (1983), ainda cita que para um bom funcionamento do campo, é preciso que haja objetos de disputas e pessoas prontas para disputar o jogo, dotadas de *habitus* que impliquem no conhecimento e no reconhecimento das leis imanentes do jogo, dos objetos de disputas, etc.

Dentro dessa discussão, o futebol seria o *campo* e o torcedor seria o objeto a ser disputado. Nas diferenças política e econômica do nosso país, os Estados das regiões sudeste e sul levariam vantagem, já que estariam prontos para as disputas desse objeto em detrimento da região nordeste.

Essa situação de desigualdade é também apresentada por Vasconcelos (2011). Ele aponta que os dominantes apresentam o monopólio de certos *capitais* que movimentariam o futebol. Esses capitais, de acordo com o autor, seriam responsáveis por medir a "grandeza" de cada clube. O autor aponta a existência de quatro capitais.

O capital Político, relacionado ao poder de decisão no futebol do Brasil, exercendo influência em todas as decisões, citando o clube dos 13 e sua composição; O capital econômico seria os investimentos realizados dentro clube, desde estrutura física, passando pelas categorias de base até chegar à contratação de jogadores. Além da divisão do dinheiro da TV; O capital midiático é a exposição através da mídia. É a divulgação que cada clube tem perante aos meios midiáticos. Por fim, o capital simbólico, que consiste nos números de títulos conquistados e números de torcedores.

Logo, as equipes das regiões sul e sudeste exercem uma grande influência em outras regiões. Mais especificamente em Maceió, como em todo o Nordeste, as equipes locais têm uma disputa até certo ponto desigual com os outros clubes, refletindo na aquisição de torcedores. Os Maceioenses podem até ter o CRB, o CSA, o ASA ou qualquer outra equipe local como time do coração. Contudo, haverá uma tendência em torcer também para um Flamengo, um São Paulo, etc.

Essas instituições possuem certo status superior as equipes alagoanas e isso faz com que alguns torcedores ainda admirem esses clubes, dando-lhes uma posição hegemônica local, em especial das equipes cariocas.

Uma hipótese que merece uma averiguação mais aprofundada quanto a supremacia carioca pode está relacionada aos meios de comunicação da primeira metade do século XX, em especial, o Rádio, que ganha força na década de 1930 com a criação da Rádio Nacional do Rio de Janeiro.

A Rádio Nacional marcaria presença em todo o território nacional através de sua programação. Aproveitando desta abrangência, mesmo que de forma não intencional, as equipes cariocas poderiam ter se beneficiado em virtude da transmissão dos jogos do campeonato carioca e do único campeonato interestadual à época.

Naqueles anos áureos, os campeonatos eram locais e os jogos só se realizavam nos fins de semana. Os jogos de outros estados não eram transmitidos, e o único torneio interestadual era o Rio-São Paulo. Em síntese: a Rádio Nacional era uma emissora

carioca, e foi isso, em matéria de futebol, o que ele ensinou ao brasileiro: a torcer pelos clubes do Rio de Janeiro (AGUIAR, 2007).

Diante disso, o torcedor Alagoano, por muito tempo, teria sido exposto a uma diversidade de informações sobre as equipes cariocas. Além disso, a ausência de uma emissora local²⁸ pode ter auxiliado na disseminação dessas agremiações por todo território estadual.

Contudo, existe uma supremacia do Flamengo sobre as outras equipes cariocas. Essa hegemonia é considerada por Kowalski (2001), que discute em seu trabalho, os motivos da popularidade do clube carioca não só na capital Fluminense, mas em todo o Brasil. Segundo a autora, o clube Rubro-negro seria "uma tradição inventada por cronistas, jornalistas, poetas, músicos e artistas que, seguindo seus sentimentos, expectativas ou desejos expressariam e ajudariam a constituir valores sociais na comunidade carioca".

Nessa época, o jornalismo tornou-se a grande literatura; cronistas e poetas eram participantes assíduos dos jornais, da mídia que ainda se compunha do rádio. Até então, o futebol do Flamengo era o da praça e da rua, nas quais pesa parte de referências a sua popularidade. Assim, temos que cada literatura, cada crônica ou fala no rádio possuía e possui os seus mais variados apelos, o seu vocabulário próprio, a sua melodia, a sua entonação, isto é, a sua figura verbal e musical. Todos estes elementos não estavam alheios ao cidadão comum e/ou popular e também à elite, pois se refletiam sobre esses o contexto da urbanização, e a vivência social, cultural, econômica e cotidiana da vida no Rio de Janeiro (KOWALSKI, 2001, p. 24).

Diante dessas colocações, possivelmente, o Flamengo, através das transmissões de Rádio, era exaltado de maneira distinta em comparação aos seus rivais locais, refletindo numa maior popularidade da equipe Rubro-negra.

Porém, independente do time de preferência do torcedor, como expõe Damo (1998), a escolha pelo clube do coração é um processo pessoal. Diante disso, cada um tem a sua liberdade e a opção de escolha pelas inúmeras agremiações existentes. Essa liberdade de escolha pelo clube do coração também é compartilhada por Damatta (1994):

Pois no processo de socialização brasileiro, processo no qual há um controle muito grande dos pais sobre os filhos, dos mais velhos sobre os mais novos e dos homens sobre as mulheres, a escolha do time do futebol é obrigatória, mas deixada livre e ao sabor dos

²⁸ A primeira emissora oficialmente instalada no Estado de Alagoas foi a rádio Difusora, indo ao ar em 16 de setembro de 1948.

desejos individuais [...] Mas o "torcer" é uma área significativamente aberta, deixada ao sabor das preferências individuais (DAMATTA, 1994, p. 16).

Esses autores apontam sobre a escolha do clube do coração como um processo natural. Dentro daquilo que o individuo entende, ele escolhe o time que quer torcer. Nessa perspectiva, o torcedor maceioense escolhe seu clube. Contudo, essa escolha é acompanhada por mais de um time e é muito questionada.

Em virtude dessa situação, além do clube do coração, perguntei se os torcedores torceriam por outra equipe além do seu time do coração. Os resultados para essa pergunta estão expostos na tabela abaixo:

TABELA 5 - Além do seu clube do coração, você torce por algum outro clube?

TORCEDOR	FREQUÊNCIA	FREQUÊNCIA
MACEIOENSE	ABSOLUTA	RELATIVA
Sim	18	25%
Não	53	75%

Fonte: Elaborado pelo autor da monografia

Os números da tabela 5 mostram que 18 torcedores têm um segundo time para torcer. Inclusive aqueles que já torcem por equipes de outras regiões têm alguma admiração pelas equipes locais.

2.2.2 Torcedor Misto:

Esse torcedor que torce por mais de um clube é vulgarmente chamado de torcedor misto. Vasconcelos (2011), define o torcedor misto como aquele que tem o hábito de torcer por dois ou mais times, sendo pelo menos um de seu Estado assim como aquele torcedor que torce apenas por equipes consideradas "de fora". Ou seja, é aquele torcedor que torce pelo CSA e pelo São Paulo;

Ou então torce apenas pelo São Paulo. Dentro desta definição se encaixam 25% dos indivíduos que responderam o questionário, ou seja, 18 pessoas.

Embora o torcer misto não seja exclusivo da região, a sua contestação parece ser muito forte no nordeste. Os Torcedores que torcem apenas para as equipes locais contestam a escolha do torcedor misto. Os "anti-mistos", como são chamados, têm um discurso da valorização da sua região. Dentro dessa fala aquele que torce por alguma equipe que não seja local estaria desvalorizando a sua cidade.

Diante disso, o "misto" deveria ser combatido já que a sua escolha estaria ocasionando uma desvalorização da sua própria região. Dentro desse movimento, Ribeiro (2002), expõe como é feito esse combate dos torcedores que torcem apenas pelos clubes da sua cidade aos torcedores mistos.

O discurso-ideológico "anti-misto" procura em primeira instância conscientizar os torcedores de clubes de futebol de sua região, para que torçam apenas para os referentes representantes das mesmas. Nesse intuito são organizadas estratégias para publicizar ações nesse sentido, como faixas nos estádios, camisas com frases reforçando a ideologia, entre outros.

Esse discurso de conscientização do torcedor foi exposto pelo entrevistado não misto (ENM), quando solicitado a emitir sua opinião sobre os torcedores mistos.

"Eu não concordo, mas respeito. Não condeno ninguém por conta disso. Eu acho que os próprios alagoanos ficariam mais felizes se os times deles "né", CSA, ASA e os do interior, fossem assim de um nível melhor. Eu acho que eles torcendo para times de fora, comprando camisas de times de fora, pagando ingresso para ver jogo de times de fora, eles acabam desqualificando os times daqui. E eles dessa maneira não podem nem querer dizer assim que não torcem para os times locais, pois os times locais não tem recurso suficiente. Porque eles mesmos não dão recurso para os times locais".

Por isso, diante de um apelo maior pelos times considerados de "fora", os "anti-mistos" realizam diversas campanhas com o intuito de conscientizar o torcedor local quanto a sua escolha. Contudo, em muitos casos, a escolha pelo clube do coração já foi feita e é difícil ser alterada.

A mudança de opção é contudo rara e, quando ocorre, é permeada por atribulações de toda ordem, sendo que a primeira escolha dificilmente será esquecida. Sendo assim, o "clube do coração" deixa de ser uma escolha *ad hoc* e, mesmo levando-se em consideração seus aspectos contingenciais e emocionais, cabe ao torcedor o ônus desta opção (DAMO, 1998, p. 11).

Logo, deixar de torcer por um clube de futebol não é a mesma coisa que deixar de sair ou então deixar de usar uma roupa e usar outra. É algo de ser mudado. Por isso, é imprescindível compreender esse fenômeno. Por mais que se tente discuti acerca do assunto, o torcedor terá suas razões e estas não estariam equivocadas. Como já foi citado aqui, trata-se de uma escolha pessoal. Logo, Damo (1998) deixa claro que por mais convincente e caloroso que sejam os argumentos utilizados, jamais se chegará a uma conclusão definitiva.

Dentro dessa compreensão do torcer misto, vamos sair um pouco do campo especulativo e partiremos para tentar entender sobre os reais motivos que levam esses torcedores a optarem por torcerem por mais de uma equipe ou ainda torcer por uma agremiação oriunda de outra região.

Em virtude disso, apresentamos abaixo um gráfico constando às razões apontadas pelos torcedores. Dentre os vários motivos apontados pelo torcedor, a influência da família e da mídia teve um maior índice de resposta. As demais razões podem ser visualizadas abaixo.

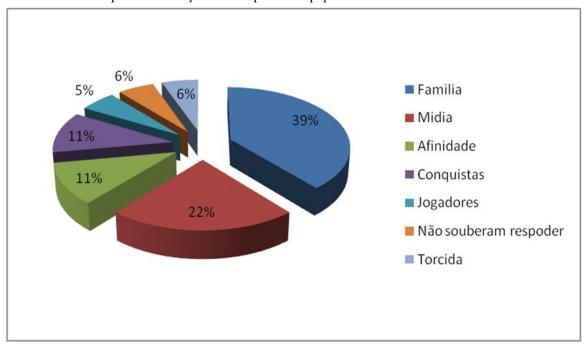


GRÁFICO 3 - Por que você começou a torcer por essa equipe?

Fonte: Elaborado pelo auto.

Confesso que a influência familiar sendo uma das razões mais apontadas pelo torcedor não me surpreendeu. A infância é o momento de descobertas, no qual começamos a pensar nas nossas primeiras escolhas, sendo estas, muitas vezes, para toda a vida. Dentre essas escolhas está a do time de futebol. Embora, algumas vezes essa escolha seja feita antes mesmo do futuro torcedor ter noção do caminho que está seguindo.

Pensando no nascimento, a criança ainda sem entender o que acontece ao seu redor, tem estampado em seu corpo, uma roupa do time do coração. Mas do coração de quem? Aquela criança trajando o uniforme de uma agremiação ainda não fez a sua escolha, mas a sua família já o fez ou, pelo menos, deu o primeiro passo. Como cita Damatta (1994), "assim é que, no Brasil, recebemos, do berço, o nome, a religião e o clube de futebol, que, juntamente com o sexo e o estado civil, nos acompanharão pelo mundo social em que acabamos de entrar".

Das pessoas que indicaram a família, o principal responsável pela influência clubística é o pai, sendo este responsável direto por tal escolha. É uma "paixão de pai para filho", assim respondeu um dos respondentes. Dentro da família, o pai ou mesmo a ala masculina parece ter o papel importante na escolha do clube do filho logo ao nascer. Damo (2005), aponta que "os machos empenham-se em reproduzir seus pertencimentos clubísticos entre os consanguíneos, aqueles a quem o valor atribuído aos laços de sangue indica uma solidariedade inquebrantável". Por isso, os homens da família tendem a fazer a escolha clubística daqueles que acabam de chegar à família. Obviamente, pensamos aqui nos homens em que o torcer tem algum significado.

Há, efetivamente, certa lógica nisso, afinal o que se percebe, concretamente, é que o pai que não se empenha em fazer do filho mais um membro da sua comunidade de pertença certamente não é alguém que se importe verdadeiramente com o clubísmo (DAMO, 2005, p. 100).

O pai tende a se empenhar mais para que o seu filho torça pelo mesmo clube que ele. Pensando em Maceió, a concentração das equipes de outros Estados ainda é grande. Dentro disso, existem chances reais que o filho ou mesmo outro parente que componha a família torça por outra agremiação. Para evitar isso, a família tende a influenciar a criança na escolha do clube. Imagine um pai Flamenguista ver o seu filho migrar para o lado Vascaíno. Ou ainda, um pai Palmeirense ver dentro da sua casa um filho Corintiano.

Essa perspectiva vai ao encontro do que nos coloca Silva (2001). Em seu estudo, que teve como principal objetivo investigar a relação do torcedor do Vasco da Gama com o seu clube, a

influência da família é um dos principais fatores para escolha do time do coração. Para Silva (2001), a família remete a uma idéia de continuidade, de tradição.

O pai, ao educar o filho, apresenta-lhe, às vezes até de forma arbitrária, uma proposta de vida. Por trás dessa proposição estão as experiências vividas e uma concepção de homem, de mundo e de sociedade e o desejo do que há de melhor para o caminho desse filho. Assim acontece na escolha da religião, da profissão, do clube ao qual se deve torcer e em outras escolhas (SILVA, 2001, p.34).

Essa influência familiar é também encontrada por Campos (2010). Em sua tese, esta autora buscou conhecer o perfil sociológico das mulheres torcedoras da equipe de futebol do Cruzeiro de Minas Gerais. A Influência familiar é a principal responsável pela escolha do Cruzeiro Esporte Clube como time do coração. A autora aponta que essa opção é feita ainda quando criança e é, normalmente, pelo clube do pai.

Muito mais que evitar a migração para o outro lado, na dinâmica do futebol, a escolha familiar do clube do coração do filho contribui para evitar jocosidades inerentes ao esporte. Como expõe Damo (2005), o desempenho do seu clube dará direito ao torcedor de gozar ou ser gozado por alguém. O filho tem que fazer parte do processo, mas do mesmo lado e não do lado contrário, ou seja, do lado rival. A brincadeira presente tanto nas derrotas quanto nas vitórias tem que ter o mesmo sentindo. Com os filhos, os netos, os irmãos e os sobrinhos espera-se viver juntos os altos e baixos atinentes às disjunções futebolísticas (DAMO, 2005, p.96).

Além da família, a mídia aparece como outro forte fator de influência. Dentro das respostas enviadas, a televisão aparece como fator principal na escolha do clube de outra região. Os torcedores argumentaram que as transmissões dos jogos de equipes do Eixo Rio-São Paulo são recorrentes na região. Além disso, as informações sobre os clubes locais são disponibilizadas em outros meios como Internet, Rádio e Jornal com maior incidência em comparação à Televisão.

Conforme exposto por Vasconcelos (2011), a mídia pode ser entendida como um capital que movimenta o campo do futebol. É através dela que se transmite toda a informação referente aos clubes de preferência do torcedor. Dentre essas mídias, as redes de televisão exercem um grande poder de influência em cima dos torcedores.

É inegável o alcance e influência que a TV é capaz de exercer. As maiores redes de televisão do país estão sediadas no eixo entre Rio de Janeiro e São Paulo. Esses canais

retransmitem sua programação para o restante do território nacional por meio de uma rede de emissoras afiliadas (VASCONCELOS, 2011, p.51).

Há anos na região Nordeste, é transmitido além dos campeonatos Estaduais do Rio de Janeiro e de São Paulo, jogos em outras competições que envolvam equipes desses Estados. Essas regiões, que estão a quilômetros de distancia, são aproximadas pelas transmissões e o torcedor se sente a vontade para torcer por equipes desses locais.

Durante as entrevistas realizadas com os torcedores, o torcedor misto deixa transparecer o quanto que a mídia pode ter sido um dos fatores de influência na escolha do clube.

"Porque aqui no nordeste, em Alagoas, toda quarta-feira e domingo geralmente é jogo do flamengo. É raro você não ver um jogo do flamengo aqui no nordeste. Principalmente aqui a TV gazeta transmitindo, a afiliada da Rede Globo" (EM).

Essa influência pode ser corroborada pelo Gráfico 4 que nos mostram quais seriam os segundos times de cada torcedor misto.

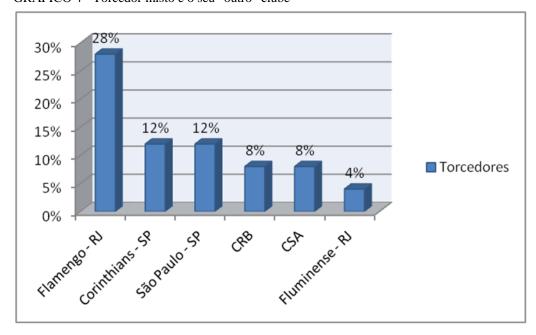


GRÁFICO 4 - Torcedor misto e o seu "outro" clube

Fonte: Elaborado pelo autor.

O Gráfico 4 corrobora essa possível influência da mídia paulista e carioca na escolha do torcedor maceioense. Dos 18 indivíduos identificados como torcedores mistos, apenas quatro não

identificaram o segundo time como sendo da região sudeste, embora os times que eles considerem ser do coração sejam do eixo.

TABELA 6 - Clubes do coração

PRIMEIRO TIME	SEGUNDO TIME	PRIMEIRO TIME	SEGUNDO TIME
C.S.A	CORINTHIANS	C.R.B	FLAMENGO
FLAMENGO	CRB / VITÓRIA	C.S.A	FLUMINENSE
C.R.B	FLAMENGO	C.S.A	FLAMENGO
C.R.B	FLAMENGO	CORINTHIANS	CSA
C.R.B	SÃO PAULO	SÃO PAULO	CRB
C.R.B	SÃO PAULO	C.S.A	SÃO PAULO
C.S.A	FLAMENGO	C.S.A	CORINTHIANS
FLAMENGO	CSA	C.S.A	FLAMENGO
C.S.A	FLAMENGO	C.R.B	CORINTHIANS

Fonte: Elaborado pelo autor.

A Tabela 5 apresenta os clubes do coração dos torcedores misto e os seus respectivos segundo ou terceiro time, mostrando como é forte a influência midiática da imprensa paulista e carioca na escolha do torcedor maceioense. Os Capitais citados por Vasconcelos (2011), podem justificar a grande incidência de torcedores de equipes do eixo Rio-São Paulo.

Do ponto de vista político e econômico, são Estados de grande força econômica, concentrando quase metade do Produto Interno Bruto (PIB)²⁹ do País. De acordo com os últimos dados levantados³⁰ pelo IBGE, sozinhos, São Paulo e Rio de Janeiro apresentam 44% de toda a riqueza produzida no Brasil.

TABELA 7 - Produto Interno Bruto por Estado (1 000 000 R\$)

POSIÇÃO	UNIDADE DA FEDERAÇÃO	PIB
	•	
1°	São Paulo	R\$ 1.349.465,14

²⁹ De acordo com o site do IBGE (http://cod.ibge.gov.br/21BBD) O Produto Interno Bruto (PIB) é a soma de todas as riquezas (bens e serviços) produzidas numa determinada região (país, estado ou município, por exemplo), durante um período determinado (mês, trimestre, ano etc.).

_

³⁰ Disponível em: http://cod.ibge.gov.br/2329m.

2°	Rio de Janeiro	R\$ 462.376,21
20°	Alagoas	R\$ 28.540,30

Fonte: Tabela adaptada pelo autor.

Disponível em: http://cod.ibge.gov.br/2329M

Obviamente que devemos pensar na densidade e no tamanho da população de cada Estado, contudo, a Tabela 5 apresenta, pelo menos, uma diferença econômica entre o Estado de Alagoas e os Estados de São Paulo e Rio de Janeiro. Essa alta diferença é refletida nos investimentos que cada local recebe. Diante desse quadro, estes Estados são mais atrativos para os investimentos. Portanto, as equipes paulistas e cariocas conseguem angariar desde grandes patrocinadores até grandes cotas de televisão em detrimento das equipes alagoanas.

Essas condições permitem que esses clubes estejam envolvidos sempre nas principais transações, tendo a possibilidade de trazer jogadores de alto nível para os seus clubes. Esses investimentos deixam esses times em condições de disputarem, com força, os principais campeonatos. Essa grande força política e econômica faz com que essas agremiações estejam sempre em evidencia, atraindo milhares de torcedores. Dito isso, esses clubes além de deter o capital político e econômico, conseguem ter um grande capital midiático assim como um elevado capital simbólico.

O capital simbólico, inclusive, apareceu com frequência na escolha dos clubes de outros Estados. De forma bem distribuída, a afinidade com o clube foi citada duas vezes, correspondendo a 11% das respostas. Estes torcedores afirmaram que começaram a torcer pelo clube porque simplesmente simpatizaram com a agremiação.

Além disso, as conquistas aparecem também com 11% das respostas. Chamo a atenção para os torcedores que indicaram os títulos como motivação da escolha do clube. Estes são torcedores do São Paulo Futebol Clube. A idade deles pode indicar uma influência do desempenho tricolor entre 1991 e 1993³¹ na escolha do time. Nesses anos, eles teriam entre seis e sete anos de idade e, conforme já foi discutido neste trabalho, idade propensa para escolha do clube do coração. No que tange a motivação advinda de jogadores, o torcedor em questão admira

-

³¹ Em 1991, além do campeonato paulista, o São Paulo foi campeão Brasileiro de Futebol. Já em 1992 e 1993, a equipe da capital paulista venceu a libertadores e o campeonato intercontinental de clubes.

o Corinthians de São Paulo, em função de atletas como Sócrates e Casagrande. Outro Corintiano citou a torcida como maior motivador pela escolha do seu clube.

Além de procurar identificar as razões que levariam o torcedor em Maceió a escolher as equipes de outras regiões, buscamos também compreender que o torcedor maceioense pensa sobre o assunto.

A visão dos torcedores anti-mistos é de desvalorização dos clubes de Maceió. Eles argumentam que ao escolherem clubes de fora para torcer, as equipes locais são desvalorizadas, acarretando um deslocamento dos investimentos que poderiam ser feitos nos clubes maceioenses para equipes de outras regiões.

Em contrapartida, os torcedores mistos expõem que é uma possibilidade de participar efetivamente do mundo do futebol, já que as equipes locais não disputam competições importantes com a mesma força das equipes de outras regiões e por isso, a necessidade de se torcer por outro clube.

"Como a gente não vê frequentemente um time alagoano participando de primeira divisão, de segunda divisão do campeonato frequentemente a gente torce "pra" um time da mídia (EM)".

O torcedor, ao escolher agremiações de outros Estados, estaria envolvido em um protagonismo que dificilmente seria alcançado com as equipes locais.

Diante dessas opiniões, uma dúvida surge e com ela uma possibilidade de investigação se abre. As equipes locais não investem porque os torcedores não escolhem os clubes de Maceió para torcer ou os torcedores não escolhem os clubes Maceioenses por que estes não investem no futebol?

Diante de tudo que foi exposto, entendo está encerrada a apresentação dos dados e a sua análise. Posteriormente, tecerei considerações finais acerca do trabalho.

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS:

Esse estudo teve como questão central o torcer misto na cidade de Maceió. Partindo dessa perspectiva, empreendemos uma análise sobre as razões que levam o torcedor classificado como

misto a realizar essa escolha, bem como o que os torcedores maceioenses pensam sobre esse assunto.

Para tal análise, foi aplicado questionário e, posteriormente, foi realizado entrevistas com o intuito de aprofundar ainda mais na temática proposta. Diante dos dados coletados e das analises realizadas, algumas importantes informações puderam ser extraídas no que tange o torcedor e o seu torcer.

Ao que parece, existe uma mudança no cenário geral do torcedor na capital alagoana. CRB e CSA aparecem como time do coração do torcedor, sendo este quadro corroborado por outras pesquisas. Entretanto, esta opção pelos clubes locais, em outros tempos, não seria algo comum. Ou seja, seria muito mais fácil o torcedor apontar as equipes de outras regiões em detrimento das equipes locais.

Uma ascensão referente ao desempenho das equipes do Estado nas competições nacionais seria uma das causas pelo apontamento dos clubes locais como times do coração. As equipes alagoanas têm feito campanhas mais dignas de suas tradições, chegando a disputa de títulos em algumas das competições disputadas. Além dessas boas campanhas, a divulgação das equipes locais aumentou nos últimos anos, em virtude da transmissão dos seus jogos, principalmente, do campeonato Estadual. A transmissão do campeonato alagoano proporciona uma concorrência aos campeonatos Estaduais do Rio de Janeiro e de São Paulo, que eram, até então, a única opção para os torcedores alagoanos.

Todavia, embora a maioria dos torcedores tenha apontado os clubes locais como time do coração, existe ainda uma admiração muito grande pelas equipes do eixo Rio-São Paulo, em especial, pelas equipes cariocas. Essa hegemonia carioca pode está relacionada a força do Rádio como meio de comunicação no inicio do século XX. Este era o principal meio de comunicação da época e associado a criação da Rádio Nacional do Rio de Janeiro, pode ter contribuído para uma maior admiração dos clubes cariocas. Já a maneira como que essas equipes eram exaltadas pode ser um dos fatores que levem o Flamengo a ter uma das maiores torcidas. Contudo, o rádio como uma das razões para a posição hegemônica dos clubes cariocas no Estado carece de um maior aprofundamento, sendo necessários outros estudos relacionando o rádio e o torcer.

Dentro do torcer para mais de uma equipe ou mesmo torcer por equipes de fora do Estado, investigamos os motivos que levaram esses torcedores para essa escolha. Dentre as motivações informadas pelos respondentes, a influência da família foi o principal motivo pela escolha do

clube pelo torcedor e a presença masculina, em especial do pai, muito marcante neste momento. Além da Família, a mídia aparece também com muita força na escolha do clube, principalmente, pela divulgação desses clubes através da televisão.

Os torcedores maceioenses deram suas opiniões quanto ao torcer misto, expressando o que eles pensam sobre o assunto. Os torcedores anti-mistos citam que a valorização das equipes de outras regiões proporciona uma desvalorização das equipes locais, interferindo diretamente nos investimentos nos clubes de Maceió. Já os torcedores mistos concordam com sua forma de torcer, expondo que é uma maneira de participar de forma efetiva das grandes competições.

Diante do trabalho realizado, entendo que os objetivos propostos foram alcançados, podendo contribuir para o levantamento de novos estudos. Contudo, reconheço que ainda existam outras possibilidades de investigação como, por exemplo, o desenvolvimento de estudos com outras cidades de Alagoas. Dessa forma, outros torcedores seriam analisados complementando esse estudo.

Além disso, saliento que este trabalho é uma grande oportunidade do nosso torcedor se questionar sobre os benefícios ou malefícios da sua escolha para o futebol estadual. É uma forma de embasar toda essa discussão sobre a escolha do clube do coração e, diante de um ponto de vista esclarecido, evitar que o momento de lazer do torcedor se transforme em um momento de tensão.

Esse estudo foi realizado com uma satisfação e um prazer inenarrável, sendo o primeiro passo de uma longa caminhada acadêmica que está apenas no seu inicio. Que venham novos desafios.

REFERÊNCIAS:

AGUIAR, R. C. Almanaque da Rádio Nacional. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2007. 184 p.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo.** Ed. rev. e atual. Lisboa: Edições 70, 2009. 281 p.

BOURDIEU, Pierre. Questões de sociologia. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983.

CAMPOS, Priscila Augusta Ferreira. **Mulheres torcedoras do Cruzeiro Esporte Clube presentes no Mineirão**. 2010. 130 f. Dissertação (Mestrado em Lazer) — Escola de Educação Física, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2010.

CAMPOS, F. TOLEDO, L. H. O Brasil na arquibancada: notas sobre a sociabilidade torcedora. **Revista USP**, São Paulo, n.99, p. 123-138, 2013.

DAMATTA, R. Antropologia do obvio – Notas em torno do significado social do futebol brasileiro. **Revista USP**, São Paulo, n.22, p. 10-17, 1994.

DAMO, A. **Para o que der e vier**: o pertencimento clubístico no futebol brasileiro a partir do Grêmio Foot-Ball Porto Alegrense. 1998. 237 f. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 1998.

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

_____. Futebol e Estética. **São Paulo em Perspectiva.** v. 15, n. 3, p. 82-91, 2001.

FREITAS, H. *et al.* O método de pesquisa survey. **Revista de Administração**, São Paulo, v. 35, n.3, p. 105-112, Jul/set, 2000.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008. 220 p.

GOMES, C. L.; AMARAL, M. T. M.. **Metodologia da pesquisa aplicada ao lazer.** Brasília: SESI/DN, 2005.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Disponível em: www.ibge.gov.br . Acesso em: 08 abril. 2014.

LAVILLE, Christian.; DIONNE, Jean. **Construção do Saber:** manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas. Porto Alegre: Artmed, 1999. 340 p..

LUNA, S. V. **Planejamento de pesquisa:** uma introdução. São Paulo.: EDUC, 1996. 108 p.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Metodologia Científica**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2006. 269 p.

MATTOS, M. G.; ROSSETTO JÚNIOR, A. J.; BLECHER, S.. **Metodologia da pesquisa em educação física**: construindo sua monografia, artigos e projetos. 3.ed. São Paulo: Phorte, 2008. 34 p.

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

PIMENTA, C. A. M; **Torcidas organizadas de futebol, violência e auto-afirmação**: Aspectos da construção das novas relações sociais. Taubaté: Vogal, 1997. 160 p

PORTAL de noticias de Maceió. Disponível em: http://cadaminuto.com.br/noticia/224056/2013/08/28/crb-desbanca-csa-e-aparece-como-o-time-de-maior-torcida-em-maceio. Acesso em 04 Jun. 2014 .

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

TORO, C. A. Quando o espectador vira espetáculo: o futebol como campo de lutas simbólicas. **Nexus Comunicación**. Cali, n.05, p 114-137, 2006.

VASCONCELOS, A.A. **Identidade Futebolística:** Os Torcedores "Mistos" no Nordeste. 2011. 90 f. Dissertação (Mestrado em Sociologia) — Departamento de Ciências Sociais, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2011.

VIEIRA, S. Como elaborar questionários. São Paulo: Atlas, 2009. 159 p.

VASCONCELOS, A. "VERGONHA DO NORDESTE": o discurso dos torcedores "anti-mistos". In: ENCONTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS DO NORTE E NORDESTE e PRÉ-ALAS BRASIL, 15, 2012, Teresina. **Anais...**Teresina: 2012. 15 p.

RIBEIRO, S. R. Identidade Cultural nas Arquibancadas: Os Cangaceiros Alvinegros. In: ENCONTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS DO NORTE E NORDESTE e PRÉ-ALAS BRASIL, 15, 2012, Teresina. **Anais...** Teresina: 2012. 20 p.

APÊNDICES:

APÊNDICES A: Questionário aplicado com os torcedores via Internet.

- 1. NOME COMPLETO:
- 2. IDADE:
- 3. SEXO:
- 4. NATURALIDADE:
- 5. BAIRRO:
- 6. ESCOLARIZAÇÃO:
- 7. ESTADO CIVIL:
- 8. OCUPAÇÃO PROFISSIONAL:
- 9. RENDA MENSAL:
- 10. TIME DO CORAÇÃO:
- 11. QUAL(IS) O(S) PRINCIPAL(IS) MOTIVO(S) QUE O LEVOU A TORCER PELO SEU CLUBE DO CORAÇÃO?
- 12. COM QUE FREQUÊNCIA VOCÊ VAI AO ESTÁDIO?
- 13. COMO VOCÊ COSTUMA ACOMPANHAR O SEU CLUBE DO CORAÇÃO?
- 14. VOCÊ COSTUMA COMPRAR PRODUTOS DO SEU TIME?
- 15. VOCÊ TEM AVERSÃO A ALGUM CLUBE EM ESPECIFICO?
- 16. ALÉM DO SEU CLUBE DO CORAÇÃO, VOCÊ TORCE POR ALGUM OUTRO CLUBE?
- 17. POR QUE VOCÊ COMEÇOU A TORCER POR ESSA EQUIPE?
- 18. VOCÊ SE CONSIDERA MAIS TORCEDOR DE UM TIME DO QUE DE OUTRO? POR QUÊ?
- 19. QUAIS DESSAS EQUIPES VOCÊ ACOMPANHA MAIS? POR QUÊ?
- 20. VOCÊ ACEITARIA, EM OUTRO MOMENTO, SER CONTACTADO (A) PARA UMA ENTREVISTA COM O OBJETIVO DE DAR CONTINUIDADE A ESSA PESQUISA?

21. CASO VOCÊ TENHA INTERESSE, POR GENTILEZA, NOS PASSAR TELEFONE PARA CONTATO e E-MAIL.

APÊNDICES B: Roteiro de entrevista com os torcedores.

- 1. Qual o seu time do coração?
- 2. Como foi o processo de escolha deste time?
- 3. Em Maceió é comum as pessoas escolherem dois ou mais clubes de futebol para torcerem. Qual a sua opinião sobre essa escolha do torcedor?