



## **Universidade Federal de Minas Gerais**

Reitora: Prof.<sup>a</sup> Sandra Regina Goulart Almeida  
Vice-Reitor: Prof. Alessandro Fernandes Moreira

## **Faculdade de Letras da UFMG**

Diretora: Prof.<sup>a</sup> Graciela Inés Ravetti de Gómez  
Vice-Diretora: Prof.<sup>a</sup> Sueli Maria Coelho

## **EDITORES**

Elcio Loureiro Cornelsen  
Gustavo Cerqueira Guimarães

## **EDITORES DE SEÇÃO**

### **Dossiê – ESPORTE PELO PRISMA DOS MÉTODOS QUANTITATIVOS**

Jimmy Medeiros (Fundação Getúlio Vargas/RJ)  
Jean-Michel de Waele (Universidade Livre de Bruxelas)

### **Entrevista**

Jimmy Medeiros

### **Paralelas**

Gustavo Cerqueira Guimarães  
Raphael Rajão Ribeiro

### **Resenha e Poética**

Gustavo Cerqueira Guimarães

## **CONSELHO EDITORIAL**

Aldo Italo Panfichi, PUC, Peru  
Aline Alves Arruda, CEFET/MG  
Álvaro do Cabo, UFRJ  
Andréa Casa Nova Maia, UFRJ  
Andréa Sirihal Werkema, UERJ  
André Alexandre Guimarães Couto, CEFET/RJ  
André Mendes Capraro, UFPR  
Arlei Damo, UFRGS  
Bernardo Borges Buarque de Hollanda, FGV/RJ-SP  
Christina Gontijo Fornaciari, UFV/MG  
Cleber Dias, UFMG  
Edônio Alves Nascimento, UFPB  
Euclides de Freitas Couto, UFSJ  
Fabiana Campos Baptista, UniBH  
Fábio Franzini, UNIFESP  
Flávio de Campos, USP  
Francisco Ângelo Brinati, UFSJ  
Francisco Pinheiro, Univ. de Coimbra, Portugal  
José Carlos Marques, UNESP  
José Geraldo Vinci de Moraes, USP  
Leda Maria da Costa, UERJ  
Leonardo Turchi Pacheco, UNIFAL/MG  
Luciane Correa Ferreira, UFMG  
Ludmilla Zago Andrade, UFMG  
Luis Maffei, UFF/RJ  
Luiz Carlos Ribeiro, UFPR  
Marcelino Rodrigues da Silva, UFMG  
Marcel Vejmelka, Univ. de Mainz, Alemanha  
Mauricio Murad, UERJ/Universo

Pablo Alabarces, UBA, Argentina  
Pedro Henrique Trindade Kalil Auad, UFU  
Plínio Ferreira Guimarães, IFES  
Rafael Fortes Soares, UFRJ  
Ricardo José Rosa Gualda, UFAL  
Rodrigo Caldeira Bagni Moura, UFRJ  
Sérgio Settani Giglio, UNICAMP  
Silvana Vilodre Goellner, UFRGS  
Silvio Ricardo da Silva, UFMG  
Tatiana Pequeno, UFF  
Tereza Virgínia Ribeiro Barbosa, UFMG  
Vera Lúcia de Carvalho Casa Nova, UFMG  
Victor Andrade de Melo, UFRJ  
Wilberth Clayton Ferreira Salgueiro, UFES  
Yvonne Hendrich, Univ. de Mainz, Alemanha

#### **PARECERISTAS AD HOC**

Antonio Jardim, UFRJ  
Caio Pinheiro, UECE  
Danielle Torri, UFPR  
Diogo Silva Nascimento, UFMG  
Eduardo Gomes, UFRJ  
Isabella Trindade, IFRJ  
Jimmy Medeiros, FGV  
José Teles Mendes, USP  
Márcio Mitsuo, IBGE-RJ  
Marcus Abílio Gomes Pereira, UFMG  
Philippe Chaves Guedon, FGV

#### **COORD. EDITORIAL, EDITORAÇÃO ELETRÔNICA, PREPARAÇÃO DE ORIGINAIS E DIAGRAMAÇÃO**

Gustavo Cerqueira Guimarães

#### **PROJETO GRÁFICO**

PeDRa LeTRa

#### **EDITORAÇÃO ELETRÔNICA EM REDES SOCIAIS**

Erilma Desireé

#### **IMAGEM** (*Favicon* do portal)

Pablo Lobato - Brasil  
*Um a zero #2* (2012)

#### **IMAGEM DE CAPA** (Capa e p. 234)

Igor Maciel da Silva - Brasil  
*Dadá Beija-flor* (2021), nanquim e aquarela s/ canson

\* \* \*



## APRESENTAÇÃO

### Esporte pelo prisma dos métodos quantitativos

Jimmy Medeiros, Jean-Michel de Waele – 1-5

## DOSSIÊ ESPORTE PELO PRISMA DOS MÉTODOS QUANTITATIVOS

### Ciberativismo das torcidas antifascistas nas eleições de 2018 uma análise quantitativa

Nathalia Ronchete – 6-27

### Como será o torcedor de futebol pós-pandemia?: indicativos do Rio Grande do Sul de novas identidades torcedoras

Rodrigo Koch – 28-49

### Entre a pesquisa acadêmica, a difusão científica e o mercado futebolístico: ciência de dados no estudo do futebol – o caso suíço do Football Observatory

Bernardo Borges Buarque de Hollanda – 50-87

### Evaluación de la influencia de variables socioeconómicas en la práctica del running en Argentina

Uthurralt Ronald – 88-109

### I Censo Anatorg: análise do perfil de lideranças de torcidas organizadas

Rosana C. Teixeira, Jimmy Medeiros, Heloisa B. dos Reis,  
Felipe T. P. Lopes – 110-136

### Redes sociais digitais e atletas olímpicos brasileiros uma análise a partir da Teoria Fundamentada e da estatística aplicada à comunicação

Carlos Roberto G. Teixeira; Roberto Tietzmann – 137-158

## ENTREVISTA

### Um panorama sobre a Sociologia do Esporte: Jean-Michel de Waele

Philippe Chaves Guedon – 159-192

## PARALELAS

### O futebol no âmbito mais geral do jogo

Pedro Lerner Garcia – 193-216

## RESENHA

### *A bola, as ruas alinhadas e uma poeira infernal: os primeiros anos do futebol em Belo Horizonte*, de Raphael Rajão

Vinicius Garzon Tonet – 217-228

## POÉTICA

### Dois precisos poemas de futebol

Renato Negrão – 229-232

## **Esporte pelo prisma dos métodos quantitativos**

### Sport through the Prism of Quantitative Methods

O uso da metodologia científica no campo das Humanidades é uma questão consolidada. Existem recursos metodológicos próprios para descrever uma dada realidade, assim como expedientes específicos para a explicação e/ou a predição de um fenômeno. Estes recursos são fundamentais para a realização dos diversos estudos, pesquisas e investigações sociais. Atualmente, o debate mais recente trata da melhor apropriação das ferramentas computacionais no cotidiano de pesquisa no campo das Ciências Humanas, sob a alcunha de Humanidades Digitais. É um ponto importante para refletir sobre a intensificação da vida humana no meio digital, assim como os meios de análise do amplo volume de informações digitais brutas que devem ser convertidas em dados.

A Metodologia, conforme sua origem terminológica, é o estudo dos percursos e instrumentos utilizados no processo do fazer científico (Demo, 1995). Este campo é importante para configurar transparência ao processo científico e possi-

bilitar a reprodutibilidade dos estudos. Ou, mais ainda, permitir que a investigação se distancie dos riscos decisórios originários do senso comum e da ideologia individual.

O método qualitativo, amplamente conhecido por sua natureza exploratória, por possibilitar conhecer o caráter subjetivo do objeto investigado e por configurar maior densidade nas análises, tende a contribuir com os achados proporcionados pelo método quantitativo, dado que confere dimensionar valores, quantidades e intensidades. Os dados quantitativos produzidos podem ser generalizados para toda a população investigada, quando atendem protocolos adequados de amostragem. Todavia, este tipo de metodologia tende a ser menos flexível na condução das entrevistas e, muitas das vezes, não possibilita conhecer a essência das opiniões latentes. Ao cabo, é fundamental considerar a combinação dos diferentes métodos na condução das pesquisas de modo que a limitação do método qualitativo seja suprida por uma etapa quantitativa e as limitações deste sejam contempladas pelas potencialidades do outro método.

Nas Ciências Sociais e Humanas, ao menos no Brasil, o uso da metodologia quantitativa é reduzido, se comparado à abordagem qualitativa. Isto se deve, talvez, pelas lacunas do processo formativo dos pesquisadores atuantes na área, assim como pela diferença de recursos necessários para realizar uma pesquisa quantitativa, mais dispendiosa se comparado aos estudos qualitativos. Não menos importante, a necessidade de ter a expertise de manipular *softwares* para análise e visualização de dados quantitativos tende a ser uma barreira. Apesar disso, nos últimos anos, atravessamos uma redução nestas diferenças, dado que os cursos de graduação e pós-graduação têm oferecido treinamentos mais adequados aos membros do corpo docente. Além disso, novas ferramentas computacionais gratuitas têm permitido a realização de pesquisas de cunho quantitativo, assim como a maior disseminação de lições e tutoriais sobre o *softwares* gratuitos.

O mesmo ocorre no campo de estudo dos esportes, pois há poucos trabalhos com o uso dos métodos quantitativo. Por exemplo, Medeiros e Hollanda (2020) elaboraram um mapeamento de publicações no Brasil com foco em torcidas –

organizadas ou não – que tenham utilizado ferramentas quantitativas em suas investigações. Como esperado, os autores não encontraram grande quantidade de publicações. Desta forma, para ampliar o empenho desta abordagem analítica nos Estudos do Esporte, o presente dossiê se dedica às investigações no campo esportivo com base em recursos quantitativos. Para isso, reuniu investigações de autores e autoras dedicadas a esta perspectiva.

O primeiro artigo da seção **Dossiê**, “Ciberativismo das torcidas antifascistas nas eleições de 2018: uma análise quantitativa”, de Nathalia Ronchete, analisa a recente ascensão das torcidas antifascistas no Brasil com foco na ação coletiva destes agrupamentos nas redes sociais, especificamente, durante o período eleitoral de 2018. A autora destaca o uso de mecanismos ciberativistas por parte das torcidas antifascistas para desempenharem sua atuação política nas eleições nacionais daquele ano. Por meio da análise do conteúdo e estabelecendo classificações das postagens das torcidas antifascistas em suas páginas do Facebook, a autora investiga a interação com o público para revelar as estratégias e conteúdos mais recorrentes.

O segundo artigo, “Como será o torcedor de futebol pós-pandemia? Indicativos do Rio Grande do Sul de novas identidades torcedoras”, de Rodrigo Koch, considera os hábitos dos torcedores de futebol contemporâneos, assim como detalhes das mudanças em curso – e que talvez tenham sido aceleradas pela pandemia – para balizar as possíveis transformações na futura ação torcedora. A partir de fontes secundárias diversas, o autor desenvolve uma pesquisa bibliográfica documental.

Em seguida, o artigo “Entre a pesquisa acadêmica, a difusão científica e o mercado futebolístico: ciência de dados no estudo do futebol – o caso suíço do Football Observatory”, de Bernardo Borges Buarque de Hollanda, analisa a experiência de um centro de estudos dedicado ao monitoramento estatístico do futebol profissional nos últimos quinze anos. Com base em um acompanhamento in loco no Football Observatory, na Suíça, o autor analisa a atuação de uma equipe de geógrafos que se especializou na mineração de dados para radiografar elementos demográficos, performáticos e financeiros do futebol atual. O artigo sustenta uma dualidade analítica do centro:

produz índices úteis para uma compreensão crítica do futebol profissional, marcado por ser mercantilizado e concentrador, todavia, esses dados, ao mesmo tempo, contribuem com pesquisas e consultorias voltadas de maneira progressiva a atender os interesses dos entes atuantes na administração e a promoção do futebol no século XXI.

O quarto artigo, “Evaluación de la influencia de variables socioeconómicas en la práctica del running en Argentina”, de Ronald Uthurralt, reflete sobre a relação entre diferentes variáveis socioeconômicas (idade, sexo, escolaridade, moradia, renda, ocupação e hábitos esportivos) com a prática do running na Argentina. O autor adotou uma abordagem quantitativa, com base nos dados da Pesquisa Nacional de Fatores de Risco de 2009 para desenvolver a investigação. O relacionamento entre as variáveis possibilitou desenvolver tanto uma análise descritiva, quanto multivariada.

O quinto artigo, “I Censo Anatorg: análise do perfil de lideranças de torcidas organizadas”, de Rosana da Câmara Teixeira, Jimmy Medeiros, Heloisa Helena Baldy dos Reis e Felipe Tavares Paes Lopes, apresenta os primeiros resultados

de um *survey* realizado com 64 torcedores na abertura do IV Seminário Nacional de Torcidas Organizadas. O objetivo da pesquisa quantitativa é examinar o perfil das lideranças de torcidas organizadas de futebol. Para além do perfil sociodemográfico dessas lideranças, a pesquisa dimensionou percepções a respeito dos relacionamentos com o clube e as suas associações, assim como hábitos, preferências e relacionamentos em dias de jogos.

O sexto artigo do dossiê, “Redes sociais digitais e atletas olímpicos brasileiros: uma análise a partir da Teoria Fundamentada e da estatística aplicada à comunicação”, de Carlos Roberto Gaspar Teixeira e Roberto Tietzmann, aplica de forma prática um método quantitativo de pesquisa baseado na Teoria Fundamentada, a partir de dados e informações oriundos das redes sociais digitais. De forma aplicada, os autores analisam postagens, realizadas entre 2016 e 2017, feitas por atletas participantes dos Jogos Olímpicos Rio 2016 em seus perfis oficiais nas redes sociais do Facebook, Instagram e Twitter. A proposta dos autores foi compreender a relação existente entre a quantidade de seguidores desses atletas

olímpicos, engajamentos e as notícias publicadas nos veículos de imprensa a respeito deles.

Além dos artigos, a seção **Entrevista** traz uma densa análise sobre o campo da Sociologia do Esporte na Europa, assim como os temas, os métodos e as abordagens mais utilizadas pelos pesquisadores. Veja em “Um panorama sobre a Sociologia do Esporte: entrevista com Jean-Michel de Waele”, de Philippe Chaves Guedon, uma reflexão a respeito das contribuições das Ciências Sociais para o campo do Esporte. O texto está em francês e português, gentilmente traduzido pelo Guedon.

A seção **Paralelas**, com “O futebol no âmbito mais geral do jogo”, de Pedro Lerner Garcia, desenvolve uma reflexão na perspectiva mais geral do jogo humano, aproximando autores de campos diversos, que vão da filosofia à crítica literária, para entender o que faz do futebol o mais popular entre os esportes globalizados. Reflete também sobre o jogo como símbolo do mundo bem como origem da própria cultura.

A seção **Resenha**, redigida por Vinicius Garzon Tonet, traz recensão do livro “A bola, as ruas alinhadas e uma poeira infernal: os primeiros anos do futebol em Belo Horizonte, de

Raphael Rajão”. A obra de Raphael Rajão Ribeiro discorre criticamente sobre os percursos – e os discursos – da prática do futebol na cidade de Belo Horizonte, nos primeiros anos da municipalidade. Assim, o autor evidencia os personagens que fizeram a bola rolar em antigos estádios, lotes vagos, praças, ruas e calçadas da capital mineira.

Em sequência, a seção **Poética**, dedicada às múltiplas possibilidades das abordagens artísticas do futebol e do mundo dos esportes, reúne um par de poemas – “Dadá” e “Futebol para todos” – de Renato Negrão, poeta marginal belo-horizontino. No fundo, os poemas nos fazem refletir se os números contam tudo que precisamos saber. Afinal, desdobra a facilidade de Dadá em concretizar a bola no fundo da rede. Para isso, Negrão destaca tanto o uso da matematicidade da “raiz quadrada”, quanto a aplicação da sutileza mirabolante do atacante. Já o poema “Futebol para todos” nos permite refletir sobre as formas de investigar os nossos objetos de pesquisa. O poeta mostra como precisamos questionar para saber sobre eles e, ainda mais importante, uma análise das respostas “(re)colhidas” nos permite compreender a essência do

objeto. Caso não seja possível pelo “prisma dos métodos quantitativos”, que seja pela ótica do método qualitativo. Ou, ao menos, por meio de uma interseção entre eles.

Agradecemos aos autores pelos trabalhos enviados. Que este dossiê seja um incentivo para novas pesquisas quantitativas no campo dos esportes e das Humanidades. E desejamos a todos, uma boa leitura!

Rio de Janeiro e Bruxelas, 18 de outubro de 2021.

**Jimmy Medeiros**

Escola de Ciências Sociais FGV CPDOC/Rio de Janeiro

**Jean-Michel de Waele**

Universidade Livre de Bruxelas

## **Ciberativismo das torcidas antifascistas nas eleições de 2018: uma análise quantitativa**

Cyberactivism of Anti-fascist Supporters in the 2018 Elections:  
A Quantitative Analysis

**Nathalia Ronchete**

Fundação Getúlio Vargas, Rio de Janeiro/RJ, Brasil  
Doutoranda em História, Política e Bens Culturais, FGV/RJ  
nathaliaronchete@gmail.com

**RESUMO:** Há algum tempo, a ascensão das torcidas antifascistas tem chamado atenção e sua atividade passou a fomentar os debates no âmbito da ação coletiva e da politização do futebol no Brasil. Um aspecto a se destacar sobre a atuação destas torcidas aponta para sua presença contínua nas redes sociais. Uma vez que elas instrumentalizam as mídias digitais para se comunicar politicamente com o restante de seus torcedores, torna-se possível afirmar que o ciberativismo integra – direta ou indiretamente – a estratégia de mobilização destes grupos. Em ciência disso, este artigo mostra como as torcidas antifascistas se utilizaram de mecanismos ciberativistas para fundamentar sua atuação política nas eleições de 2018. Para isso, foram observadas as postagens nas páginas do Facebook de algumas torcidas durante o período eleitoral. Objetiva-se identificar, através dessas publicações, como ocorreu a interseção com o público em cada página e revelar quais conteúdos se destacaram.

**PALAVRAS-CHAVE:** Torcidas Antifascistas; Ciberativismo; Facebook; Eleições.

**ABSTRACT:** Some time ago, the rise of anti-fascist supporters has drawn attention and their activity began to foster debates in the context of collective action and the politicization of football in Brazil. A point to be highlighted about the performance of these fans points to their continued presence on social networks. Once they instrumentalize digital media to communicate politically with the rest of their fans, it is possible to affirm that cyberactivism integrates – directly or indirectly – the strategy of mobilization of these groups. In science of this, this article shows how anti-fascist fans used cyberactivist mechanisms to support their political performance in the 2018 elections. For this, were observed the posts on the Facebook pages of some fans during the election period. The objective is to identify, through these publications, how the intersection occurred with the audience on each page and reveal which contents stood out in this relationship.

**KEYWORDS:** Anti-fascist Supporters; Cyberactivism; Facebook; Elections.

## INTRODUÇÃO

Discutir as eleições de 2018 pela via da instrumentalização da Internet pode abranger diversas esferas da política. Isto se torna ainda mais categórico se pensarmos que as redes sociais, por muitas vezes, centralizaram as movimentações no período eleitoral de 2018.<sup>1</sup> Esta afirmação é guiada, também, pelas análises que dissertam a respeito do declínio da confiança nas grandes mídias, o que movimentou a esfera da formação da opinião pública e incitou as discussões sobre desinformação – fomentadas principalmente pelo fenômeno das chamadas *fake news* cujo epicentro são, justamente, as redes sociais.<sup>2</sup>

De maneira antagônica à esta faceta mais espinhosa, o manuseio das mídias sociais também serviu para que alguns atores que, porventura, viviam na interface da invisibilidade – ou mesmo dos estereótipos de despolitização – pudessem demonstrar sua força política de forma mais incisiva. Foi o que aconteceu com os coletivos de torcedores antifascistas.

As torcidas antifascistas – ou antifas, como são chamadas – se diferenciam de outras redes torcedoras convencionais em diversos aspectos. Uma das características que delimita esta distância está atrelada, exatamente, ao uso das redes sociais. Sem dúvida, a constância das antifas nas plataformas digitais é um dos fatores determinantes para traçar conclusões acerca de suas formas de organização e de demais atividades políticas.

Quando a ação política das torcidas antifascistas cruza as fronteiras da Internet, as premissas do ciberativismo podem ser consideradas no tratamento de suas estratégias de mobilização. Na medida em que o ciberativismo é definido como a utilização da Internet por movimentos politicamente motivados ou mesmo como o uso da Internet para fins políticos,<sup>3</sup> o argumento que destaca o uso de mecanismos ciberativistas por parte das antifas se torna mais consistente.

Levando em conta estas colocações, este artigo mostra como se deu a movimentação política de grupos de torcedores antifascistas durante o período

---

<sup>1</sup> PIMENTEL; TESSEROLI. *O Brasil vai às urnas: as campanhas para presidente na TV e na internet*, 2019.

<sup>2</sup> ANITA et al. *A circulação da (des)informação política no WhatsApp e no Facebook*, 2019.

<sup>3</sup> SILVEIRA. *Ciberativismo, cultura hacker e o individualismo colaborativo*, 2010.

eleitoral de 2018 através de sua atuação no Facebook. Mais especificamente, parte-se da análise das postagens emitidas nas páginas de torcidas antifascistas neste espaço de tempo para, assim, identificar suas diretrizes sociocomunicacionais e mostrar como de fato se materializou uma atividade política costurada na dinâmica ciberativista.

Para que o objetivo fosse alcançado, foram criadas algumas categorias de análise que corroboraram para melhor interpretação dos dados recolhidos. A partir do momento em que se tem uma proposta que envolve a comunicação política de um determinado grupo, é preciso alocar devidamente os conteúdos por ele transmitidos. Assim, as publicações redigidas nas páginas do Facebook das torcidas antifascistas foram categorizadas de acordo com a intenção por trás de cada mensagem. Este método ajudou a desmembrar de maneira mais clara quais os tópicos que, durante o período eleitoral de 2018, foram um motor para o ativismo das antifas.

Além de apresentar estas informações coletadas e ordenadas, este artigo também separa uma seção para abordar, brevemente, como a cultura torcedora antifascista brasileira pode coexistir com o aparato ciberativista. Este diálogo se faz indispensável para o entendimento da atividade dos torcedores das antifas em 2018.

#### **TORCIDAS ANTIFASCISTAS: CONTEXTO DA AÇÃO CIBERATIVISTA**

A análise do comportamento político de determinados atores depende, substancialmente, da ampla conjuntura na qual eles estão inseridos. Logo, discorrer sobre a atividade política das torcidas antifascistas nas eleições de 2018 passa, necessariamente, por todo um contexto sociopolítico mais abrangente. Neste sentido, os desdobramentos do próprio período eleitoral se tornam variáveis centrais.

Esta linha de raciocínio permite inserir a discussão das torcidas antifascistas em uma conjuntura política bem mais extensiva. E, deste modo, os debates envolvendo fascismo e neofascismo passam a compor a base explicativa da problemática. A nível mundial, a ascensão da extrema-direita intensificou alguns debates neste campo teórico, o que resultou em novas interpretações. Nos últimos anos, a eleição do ex-presidente estadunidense Donald Trump em 2016 e o

ressurgimento de movimentos supremacistas como Ku Klux Klan, são episódios pontuais capazes de ilustrar esta impulsiva.<sup>4</sup>

No cenário brasileiro, o bolsonarismo acompanha esta tendência – mesmo antes da eleição de Jair Bolsonaro – ao centralizar e polemizar reflexões sobre o fascismo. Paralelamente, o antifascismo também passou a integrar as abordagens políticas neste mesmo contexto. Nas eleições de 2018, a oposição à candidatura de Bolsonaro – que concorria pelo PSL e simbolizava a extrema-direita nas eleições – fomentou um levante antifascista no país, o que fez com que a ação política dos grupos tidos como antifascistas chamasse atenção naquele momento. Foi neste movimento que a manifestação das torcidas antifascistas pôde ser destacada.

No livro *Antifa: Manual Antifascista*, o autor Mark Bray<sup>5</sup> traz uma leitura ponderada sobre tema. Para ele, as movimentações sociopolíticas mais recentes fizeram com que os enfoques sobre fascismo alcançassem outros níveis. Bray acredita que o próprio termo “fascismo” vem se tornando uma espécie de significante moral. Nesta proposição, os grupos que lutam contra os mais diversos tipos de opressão o utilizam para enfatizar a bestialidade de seus inimigos políticos e dos elementos de continuidade que eles compartilham com o fascismo histórico.

Esta abordagem esbarra em uma premissa fundamental na dinâmica das torcidas antifascistas. Quando consideramos que, de modo geral, as fundamentações que edificam os coletivos como as antifas são apoiadas em prerrogativas da resistência – neste caso, dentro e fora do eixo futebolístico – este conceito tende a ser bastante razoável. Esta lógica ganha força quando analisamos a postura das torcidas antifascistas pela lente da ação conjunta de atores que estão em posições desvalorizadas e/ou estigmatizadas pelas estruturas dominantes. A partir daí, as convicções políticas opostas às que permeiam estas estruturas sociais dominantes fundamentam esse viés da resistência.<sup>6</sup>

É possível, portanto, afirmar que os coletivos de torcedores antifascistas tendem a adotar o fascismo enquanto significante moral, como fora proposto por

---

<sup>4</sup> BRAY. *Antifa: manual antifascista*, 2017.

<sup>5</sup> BRAY. *Antifa*, 2017.

<sup>6</sup> SPAAIJ; VIÑAS. *Political Ideology and Activism in Football Fan Culture in Spain: A View from the Far Left*, 2013.

Bray.<sup>7</sup> O antifascismo na instância destas torcidas atua como um elo que caracteriza uma ação política alinhada destes grupos. Não se pode dizer, entretanto, que as antifas têm seu corpo ideológico reduzido ao antagonismo ao fascismo somente. Mesmo que o antifascismo atue como uma bandeira que assegura uma simbologia unificadora para estes coletivos, é preciso se atentar para o fato de que as antifas se encontram livres para sinalizar autonomia ao adotar determinadas inclinações políticas dentro da própria conjuntura antifascista.

Ou seja, mesmo em meio a preferências políticas próprias de cada grupo, é possível afirmar que as torcidas antifascistas preservam um relativo alinhamento ideológico amarrado no antifascismo. E, ao defender este ponto de vista, assume-se que baseadas em experiências vividas, elas convergem, majoritariamente, no que diz respeito a um corpo de ideias sistemáticas e que planejam uma (re)organização de determinados elementos sociais. Neste caso, esta agenda ideológica se dá, sobretudo, em resposta a uma normatividade política a ser desconstruída dentro e fora dos limites do futebol.<sup>8</sup>

Pode-se dizer que a cultura torcedora é indissociável da ideia de coletividade. Uma rede de torcedores atua como um canal que possibilita a junção do sentimentalismo de cada torcedor individualmente e amarra uma identidade coletiva.<sup>9</sup> Essa coletividade é que irá sublinhar questões simbólicas-culturais ligadas ao processo de construção da identidade social do próprio torcedor enquanto fã de um time de futebol, moldando, assim, seu sentimento de identificação e pertencimento para com o restante de seu grupo.<sup>10</sup>

Sendo assim, discutir a atividade política das torcidas antifascistas a partir do *modus operandi* da ação coletiva é um caminho a ser seguido. Neste enredo, a dinâmica sociocomunicacional na esfera coletiva passa a ser determinante, uma vez que compreender sobre comunicação implica compreender como as sociedades se organizam.<sup>11</sup> Nos cenários políticos da atualidade, é fundamental que a utilização da Internet e suas ferramentas acompanhem estes debates.

---

<sup>7</sup> BRAY. *Antifa*, 2017.

<sup>8</sup> DJORDJEVIC; PEKIC. *Is there Space for the Left?*, 2018

<sup>9</sup> DAMATTA. *Antropologia do óbvio: notas em torno do significado social do futebol*, 1994.

<sup>10</sup> GIULIANOTTI. *Sociologia do futebol*, 2010.

<sup>11</sup> CASTELLS. *Galáxia da internet*, 2003.

É imprescindível pensar os reordenamentos da ação coletiva frente à consolidação das tecnologias da informação como poder político. Isto significa que deve ser considerado o fato de que os movimentos sociais têm adaptado sua estratégia de mobilização à luz dos avanços digitais, já que isto faz com que o ativismo político na Internet, o ciberativismo, venha chamando atenção no que se refere às formas de organização sociocomunicacionais.

As definições de ciberativismo apontam para uma face do ativismo estruturada nas arquiteturas informativas da Internet onde se pretende, dentre outras coisas, a mobilização política ao se utilizar da multiplicidade comunicativa para promover participação.<sup>12</sup> Basicamente, quando existe uma utilização da Internet por movimentos politicamente motivados existem, enfim, ações ciberativistas.<sup>13</sup>

A manifestação política mediada pela Internet se torna mais atrativa quando são percebidas múltiplas possibilidades a ser exploradas para que atendam as demandas da ação coletiva. Por exemplo, além de uma fácil circulação e, eventualmente, adesão de espectadores em torno de uma causa,<sup>14</sup> existe uma distribuição informacional fluida que supera barreiras convencionais de tempo e espaço, o que é crucial para os ciberativistas.<sup>15</sup>

Os sites de redes sociais atendem muito bem às propostas do ativismo online. Isto se dá na medida em que as redes oferecem dinâmicas de funcionamento que permitem publicar mensagens, compartilhar informações – podendo comentar ou não sobre esta mesma informação –, reproduzir publicações de terceiros, entre outros. A possibilidade de compartilhamento de informações dá a chance para que as pautas dos ciberativistas sejam difundidas e repassadas a outros usuários da rede, o que é um atributo central.<sup>16</sup>

---

<sup>12</sup> SCHAUN et al. Brazilian Scientific Production on Cyberactivism in the Communication Area from 2002 to 2012: A Preliminary Mapping, 2018.

<sup>13</sup> SILVEIRA. Ciberativismo, cultura hacker e o individualismo colaborativo, 2010.

<sup>14</sup> MACHADO. Ativismo em rede e conexões identitárias: novas perspectivas para os movimentos sociais, 2007.

<sup>15</sup> GARCIA. Can Cyberactivism Effectuate Global Political Change? 2015.

<sup>16</sup> AGGIO; REIS. Campanha eleitoral no Facebook: usos, configurações e o papel atribuído a esse site por três candidatos eleitos nas eleições municipais de 2012, 2013.

Ademais, a chance de executar estas ações e outras mais de forma amplamente desimpedida é de suma importância. Dentro do que propõe o ciberativismo, para um grupo ativista defender uma causa ou ideia e assim estender suas estratégias de mobilização, basta, então, estar conectado. A partir do momento em que esta conexão é instrumentalizada politicamente de acordo com a agenda destes ativistas, eles passam a assumir um papel na cidadania digital. E, neste sentido, a cidadania digital nada mais é do que a possibilidade de ampliação da cidadania tradicional ou mesmo a capacidade para participar na sociedade online.<sup>17</sup> Faz parte da potencialização da esfera pública.

No meio futebolístico, esta autonomia proporcionada pelas tecnologias digitais concede aos torcedores mais uma via de expressão. Como fãs de um clube, os torcedores nutrem, naturalmente, a necessidade de participar de discussões ou mesmo decisões que envolvem seus respectivos times. Faz parte da passionalidade sobre a qual é edificado o pertencimento clubístico.<sup>18</sup> No ciberespaço os torcedores se encontram livres para criar e participar de fóruns de expressão e, assim, alimentar uma ideia de participação.<sup>19</sup>

Para além da dimensão do futebol, as torcidas antifascistas seguem esta tendência. Sabe-se que, ao contrário do que acontece com outras redes torcedoras, as antifas não mantêm uma grande assiduidade nos estádios. Logo, a constância na esfera digital propicia a ampliação de suas capacidades de mobilização. Neste ponto, além de utilizar os mecanismos da Internet para alicerçar o elo clubístico, as torcidas antifascistas também cultivam o ciberespaço como um ambiente para manifestação política. Isto quer dizer que as antifas, através das funcionalidades oferecidas pelas plataformas digitais, conseguem defender uma agenda política de seu interesse e de acordo com uma determinada demanda. Nas eleições de 2018, por exemplo, isto se deu através de uma estratégia de mobilização que atendia aos rumos eleitorais em consonância com o juízo de valor de cada coletivo. Esta instrumentalização indicada ajuda a legitimar a capacidade de organização política destes grupos, o que,

---

<sup>17</sup> MOSSBERGER et al. *Digital Citizenship: The Internet, Society and Participation*, 2008.

<sup>18</sup> DAMO. *Futebol e estética*, 2001.

<sup>19</sup> VIMIEIRO; MAIA. *Entre a esfera cultural e a esfera pública: comunidades online de torcedores e a politização do futebol*, 2017.

consequentemente, revela uma faceta ativista capaz de confrontar a ideia de despolitização que gira em torno das torcidas de futebol.<sup>20</sup>

Nas eleições de 2018, o desenho das práticas ciberativistas por parte das torcidas antifascistas esteve muito nítido. Ao utilizar o Facebook as torcidas puderam escolher, a partir de suas orientações, quais seriam as mensagens repassadas a seus torcedores. Puderam usufruir desta autonomia para organizar suas publicações em temas que objetivavam dialogar com seus seguidores a partir dos próprios rumos do período eleitoral, oferecendo espaço a pontos de vista muitas vezes obscurecidos pelas estruturas informacionais dominantes.

Analisar o comportamento político das torcidas antifascistas no período eleitoral de 2018 no Facebook inclui apontar como a Internet ofereceu a possibilidade de expressão a grupos cuja representatividade não alcançaria grandes níveis sem o aparato tecnológico. Foi nesta perspectiva que as antifas emergiram nas movimentações políticas em 2018. Ao mesmo tempo em que desviaram do discurso da despolitização, utilizaram canais digitais para levantar debates políticos e difundir conteúdo de maneira autônoma.

## **PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS DA PESQUISA**

Para analisar as páginas do Facebook das torcidas antifascistas nas eleições 2018, foram necessárias algumas etapas. Foi preciso estabelecer quais seriam as torcidas e clubes que fariam parte do estudo, o marco temporal que a coleta de dados obedeceria, a criação de categorias de análises onde as postagens seriam alocadas para, assim, realizar o cruzamento das informações, formular gráficos e tabelas para, enfim, interpretá-los.

Com uma simples busca no Facebook é possível encontrar inúmeras torcidas que se encaixam no eixo antifascista. Para esta pesquisa, foi necessário delimitar um critério que oferecesse uma amostra cabível. Assim, foram selecionadas 10 torcidas antifascistas de alguns dos clubes que fizeram parte da primeira divisão do campeonato brasileiro de 2018. As torcidas que compõem esta amostragem são

---

<sup>20</sup> VIMIEIRO; MAIA. Entre a esfera cultural e a esfera pública: comunidades online de torcedores e a politização do futebol, 2017.

aquelas que possuem mais seguidores no Facebook em comparação às outras que representam um mesmo time, o que faz com que a relação se limite a uma torcida para cada clube. Este critério também foi aplicado para decidir quais times teriam suas torcidas relacionadas para o estudo.

Já o marco temporal da pesquisa compreendeu o dia 16 de agosto de 2018 – início do período eleitoral – até o dia 28 de outubro do mesmo ano – fim do segundo turno. Dentro deste espaço de tempo, as publicações de todas as páginas selecionadas foram coletadas manualmente com uma frequência semanal e revisitadas após o limite temporal indicado. Todo o material foi transcrito para uma planilha para que seu conteúdo fosse devidamente disposto. Para classificação das postagens em questão foram criadas algumas categorias de análise com base em outros estudos que utilizaram o Facebook como pano de fundo.<sup>21</sup>

Uma vez que a proposta é analisar o conteúdo digital produzido por torcidas de futebol, a presença de temáticas estritamente esportivas nas publicações coletadas era esperada. Logo, como ponto de partida, ficou estabelecido que as mídias analisadas dentro de cada postagem deveriam ser separadas em *políticas* e *não políticas*. As postagens não políticas foram desprezadas para que fossem analisadas somente as que continham algum teor político.

Logo após, as postagens políticas foram separadas de acordo com seu *objetivo*, ou seja, a intenção por trás do conteúdo reportado. Nesta separação, as publicações puderam ter seus respectivos objetivos classificados como: divulgação de notícias; endosso político; engajamento offline; engajamento online; história; posicionamento; propagação de ideias ou propaganda negativa.

Em outra fase de classificação, as postagens foram, dentro de cada objetivo citado, separadas de acordo com o *tema* de seu conteúdo. Esta etapa foi imprescindível para afunilar as interpretações e saber quais são os assuntos que impulsionam, de fato, o ativismo das torcidas antifascistas. Levando em consideração o tema das postagens, tem-se as seguintes categorias de análises:

---

<sup>21</sup> PENTEADO. Facebook e Campanha Eleitoral Digital, 2012. AGGIO; REIS. Campanha eleitoral no Facebook: usos, configurações e o papel atribuído a esse site por três candidatos eleitos nas eleições municipais de 2012, 2013. ITUASSU et al. Internet, eleições e democracia: o uso das redes sociais digitais por Marcelo Freixo na campanha de 2012 para a Prefeitura do Rio de Janeiro, 2014.

#EleNão; antifascismo; apoio a Haddad; apoio a outro candidato de esquerda; ataque a Bolsonaro; ataque a apoiadores de Bolsonaro; ataque a outro candidato, ataque a mídia; debates ideológicos; defesa de minorias; eventos; informação de campanha; manifestação e política internacional.

Após a alocação de acordo com o objetivo e a tipologia das postagens, foi reservado um espaço para medir o grau de interação da audiência. Por isso, também foram registrados os números de curtidas, comentários e compartilhamentos de cada uma das postagens analisadas para que fosse feita uma *média de interação* entre as três modalidades. Essa mensuração é importante pois ajuda a identificar quais os assuntos que mais impactaram no interesse e respectivamente no engajamento dos receptores das mensagens emitidas.

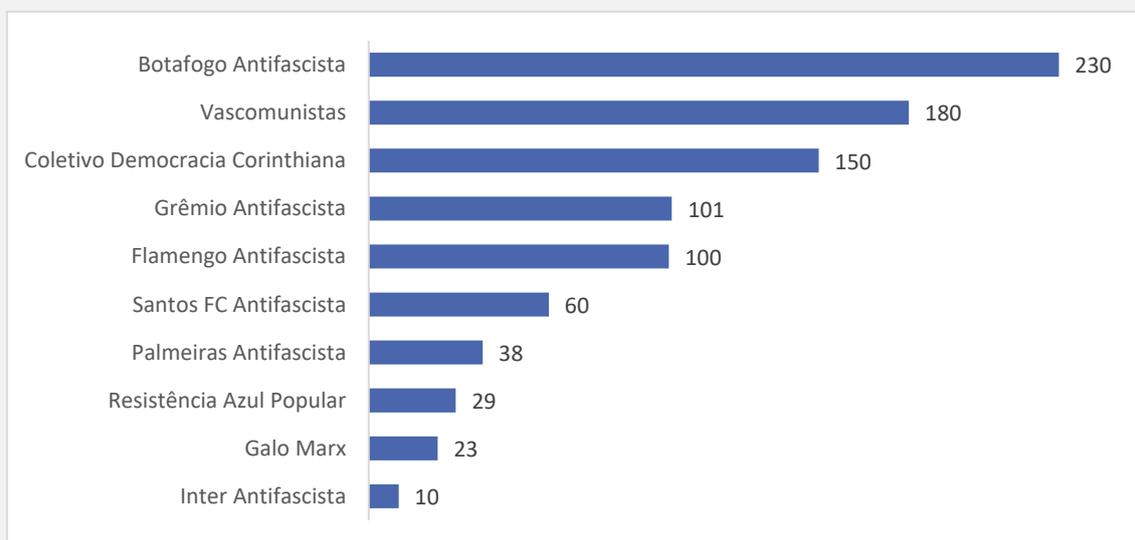
### PERFIS DA AÇÃO CIBERATIVISTA ANTIFASCISTA NAS ELEIÇÕES DE 2018

A tabela a seguir apresenta quais as torcidas antifascistas que constituem a seleção final do estudo. As torcidas estão elencadas juntamente com o time que representam. Não menos importante, o número de seguidores em suas respectivas páginas do Facebook é reportado pois ajuda a identificar a audiência que cada coletivo alcançava dentro do marco temporal da pesquisa.

Torcida	Time	Número de seguidores
Vascomunistas	Vasco da Gama	35.036
Flamengo Antifascista	Flamengo	27.601
Palmeiras Antifascista	Palmeiras	27.568
Botafogo Antifascista	Botafogo	22.618
Coletivo Democracia Corinthians	Corinthians	22.101
Inter Antifascista	Internacional	19.970
Grêmio Antifascista	Grêmio	19.628
Santos FC Antifascista	Santos	15.212
Galo Marx	Atlético Mineiro	5.568
Resistência Azul Popular	Cruzeiro	4.475

**Tabela 1** - Relação de Torcidas Antifascistas, time e número de seguidores no Facebook. Fonte: Elaboração original.

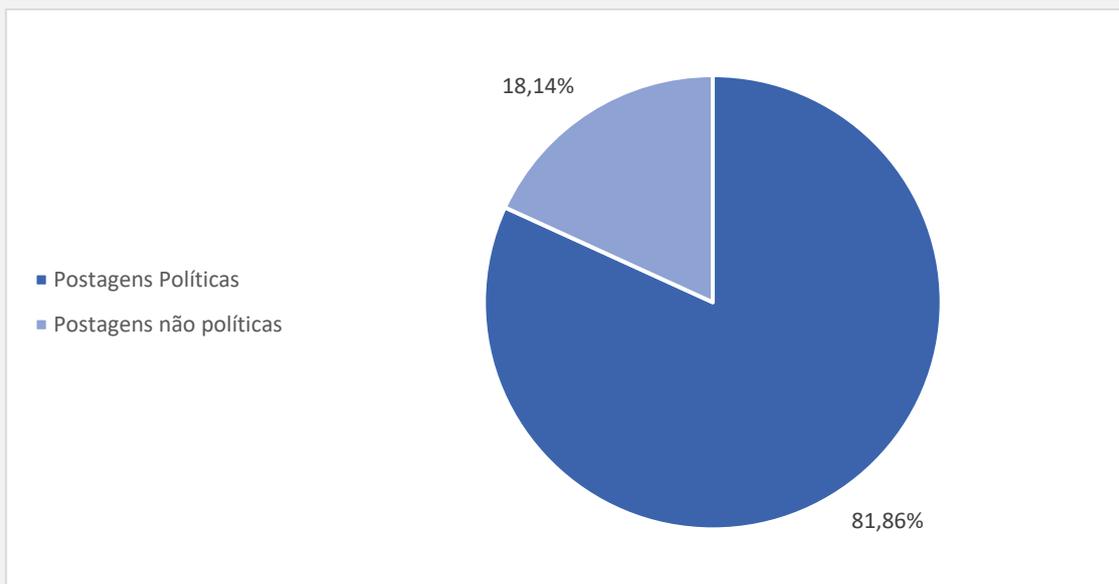
Também é importante para este estudo apresentar o número de publicações emitidas por cada torcida relacionada. O volume de postagens possibilita ampliar as interpretações e traçar conclusões mais diversificadas sobre a atuação das antifas. O gráfico abaixo ilustra este apontamento.



**Gráfico 1** - Quantidade de postagens por torcida. Fonte: Elaboração original.

De acordo com o que se vê, apenas cinco torcidas publicaram no Facebook por 100 ou mais vezes durante o período de análise e suas postagens correspondem, juntas, a 82,6% de um total de 921 coletadas. O Botafogo Antifascista foi a torcida que mais publicou na rede social, enquanto a Inter Antifascista foi a torcida que menos a utilizou.

Os números do gráfico 1, entretanto, representam o total de postagens. Ou seja, a indicação diz respeito tanto às publicações de conteúdo político quanto aquelas que trataram de assuntos não políticos. Como previamente estabelecido, somente as postagens políticas seriam analisadas categoricamente. Logo, o gráfico 2 demonstra o percentual de postagens que continham mensagens de cunho político e quais não. É possível observar que as mensagens de caráter político foram ampla maioria.



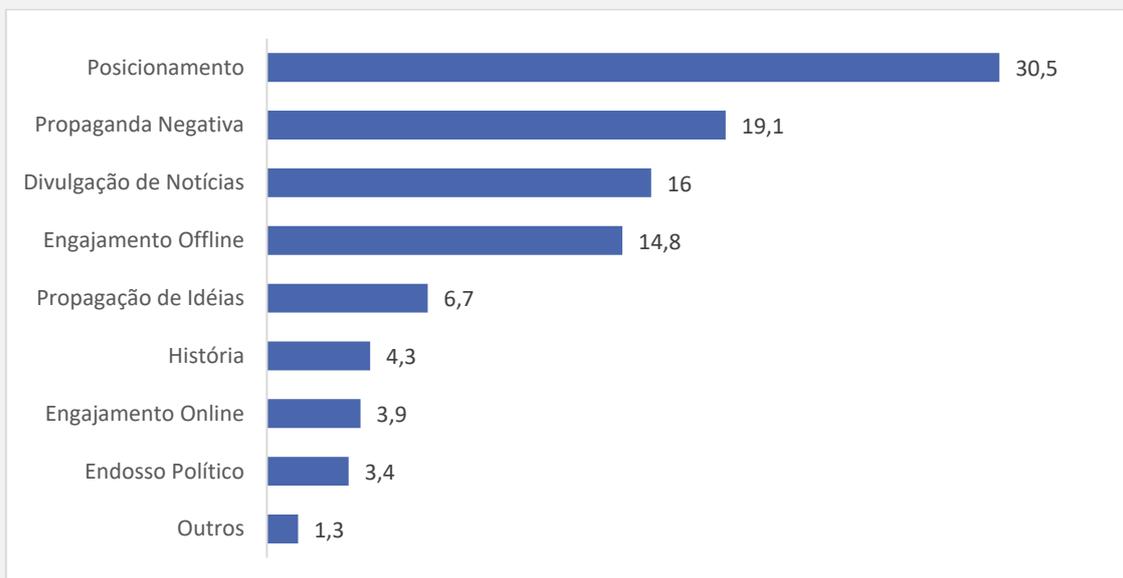
**Gráfico 2** - Quantidade de postagens políticas e não políticas (%). Fonte: original.

Este gráfico engloba a soma das postagens feitas por todas as torcidas relacionadas. Dentre as antifas, somente o Santos FC Antifascista não obteve maioria de postagens políticas. Já o Palmeiras Antifascista demonstrou números bem equilibrados. Mesmo considerando os números menos expressivos no total de postagens, a Inter Antifascista, foi a única torcida que se limitou somente a publicações políticas.

O percentual expressivo de publicações de cunho político corrobora para uma contra argumentação central quando se analisa a atividade de torcidas de futebol. Mesmo diante de todo o viés sociopolítico vinculado aos desdobramentos do futebol, os fenômenos que o envolvem enfrentam os reflexos do discurso da despolitização. Ora, quando se tem um quadro em que torcidas de futebol – e neste caso, mesmo as torcidas antifascistas – dedicam uma parcela expressiva de sua via comunicacional para tratar de assuntos políticos em um período eleitoral, isso ajuda não só a legitimar sua atividade política naquele momento, mas também auxilia na desconstrução de estigmas enraizados.

Como fora mencionado anteriormente, as postagens que não continham qualquer conteúdo político foram, neste segundo momento, descartadas. Deste modo, a análise prosseguiu com a observação das 754 publicações – de um total

inicial de 921 – com algum teor político. Isto permitiu, então, que estas postagens políticas fossem categorizadas de acordo com seus respectivos objetivos. O gráfico a seguir ilustra esta alocação.



**Gráfico 3** - Objetivo das postagens políticas (%). Fonte: original.

Dentre os objetivos, quatro deles ganharam maior atenção nas páginas das torcidas antifascistas somando, cada um, um número elevado de postagens que ultrapassou a marca de 100. Juntas, essas categorias somaram 80,4% do total de publicações. Por outro lado, é possível reparar que certas postagens não ocuparam o centro das atenções. Entre elas, aquelas cujo objetivo era o engajamento online.

Sobre os dados desta categoria em particular pode ser aberto um espaço para resgatar e estabelecer uma relação com uma importante premissa do ciberativismo. Mesmo quando se busca compreender o ativismo online das torcidas antifascistas, não quer dizer que toda a atividade destes grupos se restrinja ao ciberespaço. É necessário entender que o ciberativismo interliga os âmbitos online e offline de maneira complementar.<sup>22</sup> Ainda que as estratégias de mobilização da ação coletiva considerem novas formas de atuação política – neste caso, o uso das tecnologias digitais –, não significa que há uma renúncia do

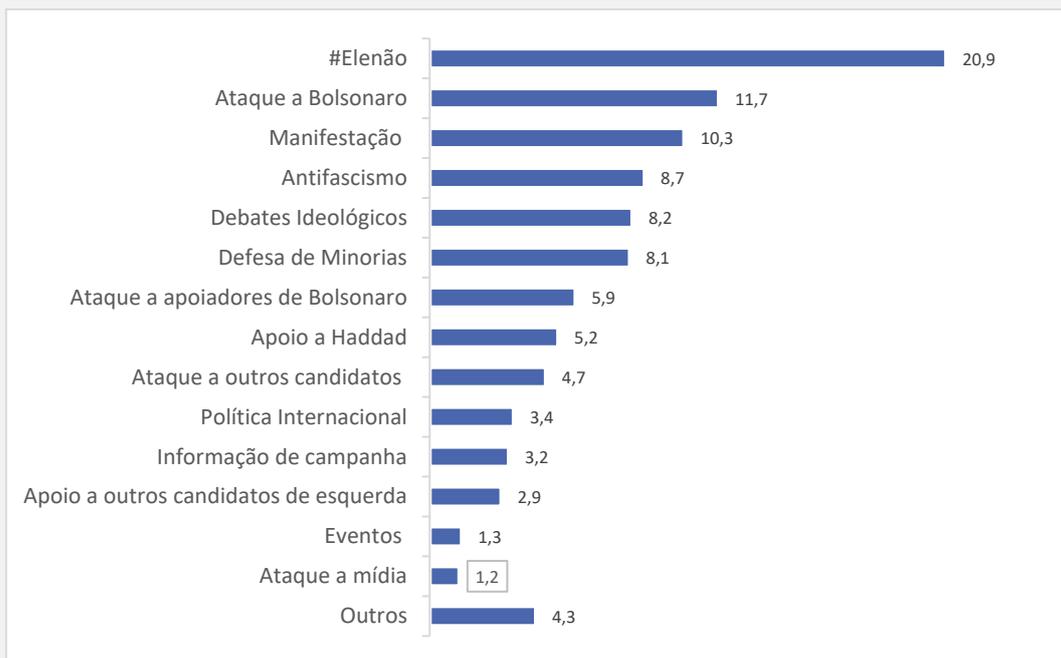
<sup>22</sup> ALMAZAN; GARCIA. Towards Cyberactivism 2.0? Understanding the Use of Social Media and other Information Technologies for Political Activism and Social Movements, 2014.

ativismo que acontece por vias tidas como tradicionais. Isto faz com que os números do gráfico anterior sejam compreensíveis.

Ademais, o percentual expressivo reportado na categoria engajamento offline complementa esta linha argumentativa. Sem exceção, as torcidas listadas separaram espaço em suas páginas para tratar de um ativismo que perpassava os limites digitais. Toda vez que as antifas incitaram seus membros a participar de movimentações políticas que aconteciam fora da rede, elas fomentavam o que se chamou de engajamento offline. Os chamados para participação nas manifestações de rua do movimento #EleNão, contra a candidatura de Bolsonaro, foram responsáveis por encorpar o percentual obtido.

Os números da categoria posicionamento também revelam informações sobre o comportamento das torcidas antifascistas. Uma vez que 30,5% das publicações objetivavam ostentar o posicionamento de determinada torcida sobre algo ou alguém, pode-se dizer que os coletivos antifas buscaram constantemente emitir opinião ou juízo de valor para sua audiência. Pode, até mesmo, ser montado um paralelo com a outra ponta da tabela. Se as postagens em que consta, de alguma forma, um posicionamento equivalem a 30,5% do total e as que reportam endosso político – que se refere a posição política de terceiros – correspondem a apenas 3,4%, é possível afirmar que as antifas atribuíram mais valor a emissão de uma opinião que genuína do grupo, o que pode ser recebido como um fator discursivo que aproxima outros torcedores dentro da rede social.

Além de discorrer sobre o comportamento das torcidas antifascistas a partir do que objetivavam suas postagens, se faz necessário para análise final que seja igualmente avaliada a distribuição dos temas de cada publicação. Esta etapa possibilita que sejam traçadas interpretações mais assertivas sobre a motivação das torcidas antifascistas enquanto ciberativistas nas eleições de 2018. O gráfico 4 nos revela os dados para que façamos as primeiras considerações a partir da alocação temática das publicações.



**Gráfico 4** - Tema das postagens políticas (%). Fonte: Original.

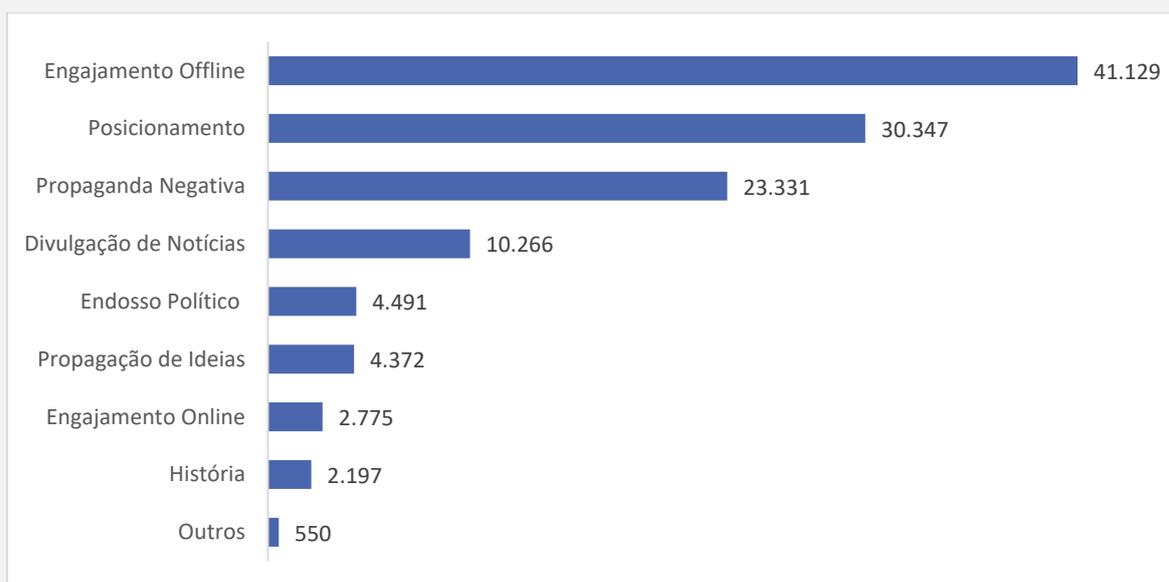
Sem maiores dificuldades, é possível afirmar que as torcidas antifascistas dedicaram boa parte de seu espaço de atuação para, dentro de cada objetivo, rejeitar a candidatura de Jair Bolsonaro. Os temas #EleNãO, ataque a Bolsonaro e ataque a apoiadores de Bolsonaro somaram 38,5% do total de postagens. Se considerarmos que dentro do tema manifestação houve uma quantidade significativa de publicações relacionadas aos atos de rua do movimento #EleNãO em 29 de setembro de 2018, a afirmação se torna ainda mais robusta.

O tema #EleNãO, que preencheu a maior quantidade de publicações, esteve presente em todas as páginas analisadas. Além desta adesão unânime, se pode chamar atenção para a intenção de atacar Bolsonaro, seus apoiadores ou mesmo outros candidatos que não centralizavam a disputa de 2018. O grande volume nestas categorias demonstra uma predisposição dos grupos em traçar uma estratégia ativista que esteja menos na defensiva.

Também é preciso olhar de maneira mais atenciosa para a porcentagem significativa das postagens que continham temáticas de defesa de minorias. Muitas das torcidas analisadas destacavam, em suas próprias descrições no Facebook, que o tema era um pilar de suas ideias. Algumas delas mencionavam explicitamente que

se colocavam contra os tipos de preconceito, ressaltando que combatem o fascismo, o machismo, a LGBTfobia, o racismo, a xenofobia, entre outros. Defesa de minoria é, com certeza, uma bandeira levantada pelos coletivos de torcedores antifascistas.

Os gráficos 3 e 4 transparecem que as torcidas antifascistas buscaram alinhar o objetivo e o tema das postagens de suas páginas ao passo em que caminhavam as eleições. Igualmente importante e de forma complementar a essas informações é ter uma noção primária de como a audiência recebeu as mensagens emitidas. Através dos mecanismos disponibilizados pela própria dinâmica de funcionamento do Facebook, podemos fazer mensurações deste tipo observando quantas vezes foram curtidas, comentadas e/ou compartilhadas todas as publicações. Tratemos disto um pouco mais a fundo com os próximos gráficos. O de número 5, logo abaixo, ilustra uma média das curtidas, comentários e compartilhamentos de cada publicação redigida no que tange ao seu objetivo.



**Gráfico 5** - Média de Interação de acordo com o objetivo da publicação.  
Fonte: Elaboração própria da autora.

De modo geral, as publicações das torcidas alcançaram bom retorno para com seus espectadores. No entanto, revelar como se deu esta interação de acordo com o objetivo das mensagens ajuda a interpretar como é recebida a estratégia ativista desses grupos. Neste sentido, acredita-se que a interação em certas

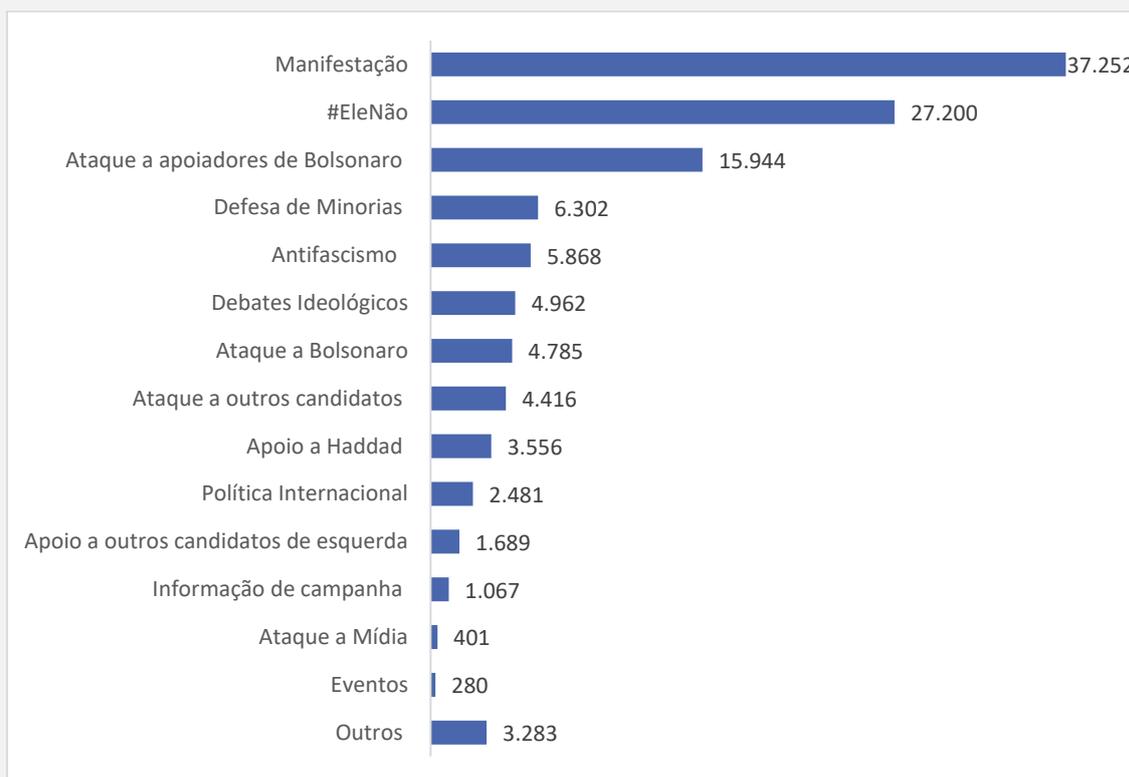
categorias tenha mais relevância do que em outras. Prova disto é que as torcidas dedicaram mais ou menos espaço para algumas delas, abrindo uma diferença acentuada em relação a frequência de postagens, como observado nos gráficos anteriores. Por exemplo, quando uma postagem tem como objetivo divulgar uma notícia, há, juntamente, uma intenção de fazer com que aquela informação alcance o maior número de espectadores possível. A média de interação nesta categoria foi equivalente a 10.266, o que permite especular sobre quantas foram as pessoas alcançadas com aquela publicação considerando a distribuição informacional propiciada pelo organograma do Facebook.

É válido dizer que as categorias referentes à engajamento, seja online ou offline, também necessitam do maior número de interação possível para que a proposta obtenha êxito. Ora, uma vez que a maioria das mensagens separadas como engajamento offline tratava de informativos sobre manifestações de rua, os altos números dentro da rede poderiam se materializar em atos de rua igualmente grandiosos. Pode-se dizer que se trata de uma categoria importante para medir o alinhamento do ativismo que transita dentro e fora da Internet. Como observado, as postagens sobre engajamento offline conseguiram bons resultados, alcançando a maior média de interação.

Os dados sobre a média de interação de acordo com o tema das postagens também podem basear outras considerações. Para isso, tem-se gráfico 6, que permite dialogar com o 4. De acordo com o quarto gráfico, o tema que mais se repetiu foi a #EleNão. No que se refere à interação, esta temática obteve a segundo maior número. Mesmo que em publicações deste tipo os comentários utilizando a própria hashtag como forma de popularizá-la ainda mais, fossem comuns, a média de interação foi igual a 27.200.

Em relação ao apoio aos candidatos, os seguidores das páginas responderam de forma menos eloquente. Ainda considerando que as postagens em apoio a Fernando Haddad se concentraram em um menor espaço de tempo – devido ao fato da presença do então candidato do PT no segundo turno –, foi notada uma baixa na interatividade desta categoria. Os dados das publicações que manifestavam apoio a outros candidatos foram ainda menores. Isto ajuda a adubar a hipótese de que os torcedores antifascistas demonstraram uma organização sociocomunicacional que

esteve menos na defensiva. Ou seja, indica que as antifas construíram uma estratégia de comunicação mais ofensiva naquele momento. Esta proposição ganha força quando se olha para a média de interação das postagens que buscavam, de alguma forma, atacar Bolsonaro ou mesmo outros candidatos distantes em uma percepção ideológica.



**Gráfico 6** - Média de Interação de acordo com o tema da publicação.  
Fonte: Elaboração própria da autora.

Os temas antifascismo e defesa de minorias também alcançaram uma boa média de interação. Isto se explica pois no momento da eleição de 2018, o ativismo antifascista esteve em ascensão. Logo, foi preciso debater o tema para ajudar a compreender e, por conseguinte, enraizar a atuação política desses nichos. Pode-se dizer que a crescente dos debates neste campo surtiu efeito. Se antes a movimentação das próprias torcidas antifascistas era menos comentada, depois de 2018 isto se modificou.

Já a resposta ao tema defesa de minorias está atrelada a dois motivos. O primeiro deles, é que para coletivos como as torcidas antifascistas, as questões identitárias são caras e captam simpatizantes com facilidade. Em segundo lugar, a

personificação da trajetória de Jair Bolsonaro esteve, muitas vezes, ligada a discursos de ódio proferidos contra minorias. Neste sentido, defender as bandeiras destes grupos significava, naquele momento, se posicionar contra a postura de Bolsonaro.

Esta última parte da análise dos dados ajuda a reforçar a ideia previamente apresentada de que as torcidas antifascistas, através das práticas ciberativistas, alinharam sua atividade política ao que demandava o período eleitoral. Mesmo sem deixar de lado o conteúdo esportivo que tanto corrobora para o fortalecimento do elo do grupo, as páginas das antifas obedeceram às etapas do processo eleitoral.

### CONSIDERAÇÕES FINAIS

É inegável que o ciberespaço se consolida como uma arena que amplia as capacidades políticas através da desenvoltura de novos caminhos para as estratégias de mobilização. O fato de que na Internet qualquer cidadão ou grupo de cidadãos pode assumir, concomitantemente, uma variedade de papéis – como cidadão, ativista, receptor e emissor de informações – ajuda a justificar a crescente influência das tecnologias digitais na responsabilidade política.

Se por um lado muito se tem discute sobre as periculosidades do acesso informacional por conta dos desencadeamentos da desinformação facilitados pelas mídias digitais,<sup>23</sup> por outro, a possibilidade de uma comunicação livre e em larga escala solidifica a Internet como ferramenta de organização no âmbito da ação coletiva. Nos últimos anos, ela cedeu um espaço fundamental para que as demandas de atores que antes contornavam condições de inexpressão fossem expostas.<sup>24</sup>

Ao observar de que maneira ocorre a instrumentalização da Internet por parte das torcidas antifascistas podemos apresentar, de imediato, duas constatações. A primeira delas chama atenção, justamente, para o potencial das práticas ativistas que passam pelas tecnologias digitais. Já a segunda, revela a capacidade organizacional das antifas, o que ajuda a legitimar sua atividade política e, também, a afastá-los dos estereótipos de despolitização.

---

<sup>23</sup> ANITA et al. A circulação da (des)informação política no WhatsApp e no Facebook, 2019.

<sup>24</sup> MACHADO. Ativismo em rede e conexões identitárias: novas perspectivas para os movimentos sociais.

Ao analisar as páginas do Facebook destes coletivos nas eleições de 2018, nota-se que houve uma interseção efetiva entre torcida e torcedores. Em um período eleitoral, as postagens políticas conseguiram um apelo da audiência tanto quanto – e até mais – as postagens que envolviam temáticas puramente esportivas. A alta adesão ao diálogo político organizado pelas antifas refletiu nas movimentações fora da esfera digital. O comparecimento dos torcedores em protestos que aconteciam fora da rede serve como ilustração. O Facebook operou como uma ferramenta de organização para que as torcidas pudessem, enfim, compor atos como as manifestações de rua.

Esta importante movimentação política que transita entre o campo online e offline ainda está no escopo da ação ciberativista. Ora, quando as torcidas antifascistas redigem postagens no Facebook convidando seus espectadores para integrar um determinado movimento que acontece fora do ciberespaço e o chamado é prontamente atendido, a ação política que acontece fora da rede legítima, conseqüentemente, aquela que foi gerada com o intermédio de uma plataforma digital. Durante o período eleitoral de 2018, foi possível verificar que vários membros das antifas frequentaram as manifestações que aconteciam no país, visto que nas páginas do Facebook destes coletivos eram reportadas imagens em que os membros apareciam nas manifestações em questão portando identificações – como faixas e camisetas – de seu respectivo grupo. No movimento #EleNão e em comícios de Fernando Haddad, a presença destas torcidas se destacou.

O engajamento político que acontecia exclusivamente na via online também foi de extrema importância para os torcedores antifascistas. Dentro da rede social puderam divulgar notícias, abaixo assinados, compartilhar fotos temáticas, promover o debate político com seus seguidores, entre outros. Todas essas ações alimentaram a veia ciberativista das antifas e ajudaram a edificar seu ativismo de modo geral.

As torcidas antifascistas puderam escolher – de acordo com o que demandou a última eleição – quais seriam as mensagens repassadas a seus torcedores. Posto de outra forma, puderam organizar suas publicações em temas que objetivavam dialogar com seus seguidores a partir dos rumos do período eleitoral, o que vai ao

encontro da ideia da distribuição informacional que oferece espaço a temas e pontos de vista que são, por muitas vezes, negligenciados pelos grandes canais midiáticos.<sup>25</sup>

Neste episódio, a Internet ofereceu a possibilidade de expressão para grupos cuja representatividade não alcançaria, naturalmente, grandes proporções sem os adventos da tecnologia digital. Foi nesta perspectiva que as torcidas antifascistas puderam integrar o debate político nas eleições de 2018 com mais facilidade. Ao mesmo tempo em que contornaram a ideia de despolitização que ronda a figura do torcedor, utilizaram as redes sociais para propiciar debates políticos de maneira autônoma.

\* \* \*

## REFERÊNCIAS

- AGGIO, Camilo; REIS, Lucas. Campanha eleitoral no Facebook: usos, configurações e o papel atribuído a esse site por três candidatos eleitos nas eleições municipais de 2012. **Compólitica**, v. 2, n. 3, dez. 2013.
- ALMAZAN, Rodrigo Sandoval; GARCIA, Ramon Gil, Towards Cyberactivism 2.0? Understanding the Use of Social Media and other Information Technologies for Political activism and Social Movements. **Government Information Quarterly**, 2014.
- ANITA, Érica et al. A circulação da (des)informação política no WhatsApp e no Facebook. **Lumina**, v. 13, n. 3, 2019.
- BRAY, Mark. **Antifa: Manual Antifascista**. Guilherme Ziggy. São Paulo: Autonomia Literária, 2017.
- CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade**. São Paulo: Jorge Zahar, 2003.
- DAMATTA, Roberto. Antropologia do óbvio: notas em torno do significado social do futebol. **Revista USP**. São Paulo, v. 22, p.10-7, 1994.
- DAMO, Arlei. Futebol e estética. **São Paulo em Perspectiva**, v. 15, n. 3, p. 82-91, 2001.
- DJORDJEVIK, Ivan; PEKIC, Relja. Is there Space for the Left? **Soccer & Society**, v. 19, n. 3, p. 355-72, jun. 2018.

---

<sup>25</sup> GARCIA. Can Cyberactivism Effectuate Global Political Change? Academic Leadership Journal in Student Research, 2015.

GARCIA, Serena. Can Cyberactivism Effectuate Global Political Change? **Academic Leadership Journal in Student Research**, v. 3, 2015.

GIULIANOTTI, Richard. **Sociologia do futebol**. Wanda Nogueira Caldeira Brant e Marcelo de Oliveira Nunes. São Paulo: Nova Alexandria, 2010.

ITUASSU, Arthur et al. Internet, eleições e democracia: o uso das redes sociais digitais por Marcelo Freixo na campanha de 2012 para a Prefeitura do Rio de Janeiro. **Revista Compólitica**, v. 2, n. 4, dez. 2014.

MACHADO, Jorge Alberto. Ativismo em rede e conexões identitárias: novas perspectivas para os movimentos sociais. **Sociologias**. n. 18, p. 248-85, dez. 2007.

MOSSBERGER et al. **Digital Citizenship: The Internet, Society and Participation**. London: MIT Press, 2008.

PENTEADO, Cláudio Luis de Camargo. Facebook e Campanha Eleitoral Digital, **Em Debate**, Belo Horizonte, v. 4, n. 4, p. 41-53, 2012.

PIMENTEL, Pedro Chapaval; TESSEROLI, Ricardo. **O Brasil vai às urnas: as campanhas para presidente na TV e na internet**. Londrina: Syntagma, 2019.

SCHAUN, Angela et al. Brazilian Scientific Production on Cyberactivism in the Communication Area from 2002 to 2012: A Preliminary Mapping. **Journal of Latin American Communication Research**, p. 36-56, abr. 2018.

SILVEIRA, Sérgio Amadeu da. Ciberativismo, cultura hacker e o individualismo colaborativo. **Revista USP**, Universidade de São Paulo, São Paulo, n. 86, p. 28-37, ago. 2010.

SPAAIJ, Ramón; VIÑAS, Carles. Political Ideology and Activism in Football Fan Culture in Spain: A View from the Far Left. **Soccer & Society**, v. 14, n. 2, p. 183-200, mar. 2013.

VIMIEIRO, Ana Carolina; MAIA, Rouseley. Entre a esfera cultural e a esfera pública: comunidades online de torcedores e a politização do futebol. **Compólitica**, 2017.

\* \* \*

Recebido para publicação em: 19 abr. 2021.  
Aprovado em: 17 out. 2021.

## Como será o torcedor de futebol pós-pandemia? Indicativos do Rio Grande do Sul de novas identidades torcedoras

What will the Post-pandemic Football Fan Be Like? Rio Grande do Sul  
Indications of New Supporter Identities

**Rodrigo Koch**

Universidade Estadual do Rio Grande do Sul, Hortênsias-São Francisco de Paula/RS, Brasil  
Universitat de València, Comunidad Valenciana, Espanha  
Doutor em Educação (Culturas Juvenis), UFSM  
prof.koch.rodrigo@gmail.com

**RESUMO:** A partir de estudos recentes sobre hábitos dos torcedores de futebol contemporâneos que dão indicativos sobre mudanças em curso ou que se aproximam – e que talvez tenham sido aceleradas pela pandemia – este artigo faz breves análises sobre possíveis transformações na configuração dos aficionados. Foram utilizados como base referencial estudos acadêmicos e pesquisas de opinião dos últimos anos, além de palestras realizadas em formatos online e material disponível na mídia. Trata-se de uma pesquisa bibliográfica documental, que se vale também de imagens e sons, com posterior análise de discurso. São lançadas algumas hipóteses que poderão ou não se confirmar num futuro próximo, assim que o público retornar aos estádios pós-pandemia. Percebe-se que há um crescimento e aceleração de categorias que apresentam torcedores com vínculos líquidos e fugazes, ou sem vínculos; fato que poderá alterar consideravelmente o cenário futuro dos torcedores ou aficionados do futebol.

**PALAVRAS-CHAVE:** Torcedores; Pandemia; *Futebolização*; Identidade; Pós-Modernidade.

**ABSTRACT:** Based on recent studies on the habits of contemporary football fans that give indications of changes in course or that are approaching - and which may have been accelerated by the pandemic - this article makes a brief analysis of possible changes in the configuration of fans. Academic studies and opinion polls from the last few years were used as a reference base, in addition to lectures in online formats and material available in the media. This is a documentary bibliographic research, which also uses images and sounds, with later discourse analysis. Some hypotheses are launched that may or may not be confirmed in the near future, once the public returns to the post-pandemic stages. It is noticed that there is a growth and acceleration of categories that present fans with liquid and fleeting ties, or without ties; a fact that could change the future scenario of football fans or aficionados considerably.

**KEYWORDS:** Fans, Pandemic; *Footballization*; Identity; Post-Modernity.

## INTRODUÇÃO

O contexto da pandemia alterou profundamente a relação dos torcedores com seus clubes, inviabilizando a frequência aos estádios de futebol desde março de 2020. No entanto, houve situações, em que poucos aficionados privilegiados tiveram alguma oportunidade esporádica proporcionada pela flexibilização passageira das regras de distanciamento por parte dos governos ou das entidades que comandam o futebol, como por exemplo em alguns jogos na Europa – principalmente na porção geográfica ao leste – ou até mesmo na final da Copa Libertadores da América 2020, quando um público seletivo e diminuto recebeu uma espécie de ‘passaporte’ para acompanhar *in loco* a decisão entre Santos e Palmeiras no Maracanã. Portanto, a relação dos torcedores com seus clubes, por mais de um ano acabou sendo mediada pelos veículos e plataformas midiáticas, sendo criadas, inclusive, arquibancadas virtuais, onde muitos interagem através de *webcams* e/ou murais eletrônicos com mensagens de texto, utilizando tanto computadores pessoais como *smartphones* para estas interações. Diante deste novo cenário contemporâneo, há perguntas que pairam sobre a configuração dos novos torcedores em um futuro breve: Como será o comportamento do torcedor pós-pandemia? Voltará a frequentar ou ficará ainda mais afastado dos estádios? Este torcedor estará disposto a acatar com as possíveis novas regras e protocolos para frequentar os estádios? As crianças e jovens vão manter sua embrionária relação com o ‘clube do coração’, ou adotarão postura distante e volátil, escolhendo novos clubes para torcer a cada rodada e competição, mantendo apenas o vínculo com o futebol?

Segundo Melo, Duarte e Uglione (2020), a ambiência no estádio de futebol é fator fundamental para a formação identitária do torcedor de futebol. No entanto, alguns estudos apontam que há uma gama variada de torcedores circulando pelos espaços físicos, midiáticos e virtuais e, portanto, há também aqueles que – apesar de serem igualmente aficionados – nunca pisaram em um estádio e, diante do novo cenário talvez nunca desfrutem desta condição. Estes, apresentam também outros comportamentos que já foram em certa medida analisados em diferentes contextos

e, são nomeados como torcedores pós-modernos,<sup>1</sup> torcedores *flâneurs* e torcedores consumidores,<sup>2</sup> torcedores avulsos,<sup>3</sup> espectador ou torcedor ator,<sup>4</sup> ou como os tenho chamado com base nos fenômenos globalizadores, de *futebolizados*, não sendo especificamente torcedores de alguma agremiação, mas aficionados da modalidade e seguidores de atletas-celebridades.

Venho estudando o fenômeno e processo da *Futebolização*,<sup>5</sup> entre crianças e jovens, há quase uma década, mais ainda há aspectos que merecem novas análises. As investigações neste campo devem ser permanentes, pois novas comunidades em torno de celebridades ou equipes vencedoras são feitas e desfeitas rapidamente. Penso que a pandemia do Covid-19, possa estar acelerando processos que já estavam em curso e que indicam um cenário líquido<sup>6</sup> para o futebol mundial, conduzindo jovens aficionados da modalidade para comportamentos mais vinculados ao consumo e as celebridades da modalidade e, portanto, afastados de um modelo de torcedor construído e configurado na modernidade, que aos poucos está sendo superado através de fenômenos pós-modernos. Saliento que não faço valor de juízo, sobre qual comportamento seja melhor ou pior; portanto, apenas coloco o leitor em contato com este processo que está transformando esta ‘tribo’, na qual trafegam indivíduos de diversas gerações recentes (Baby Boomers, Geração X, Geração Y ou Millennials, e Geração Z ou Digital ou Next Generation), sendo alguns mais próximos de identidades sólidas e modernas enquanto outros estão mais vinculados à socialidades líquidas e pós-modernas. Portanto, também neste contexto, há certos conflitos comportamentais e geracionais entre familiares e amigos e, naturalmente jogos de poder (ou micropoderes).

Partindo de estudos recentes sobre hábitos dos torcedores de futebol contemporâneos que dão indicativos sobre mudanças que se aproximam – e que talvez tenham sido aceleradas pela pandemia –, faço neste texto breves análises sobre possíveis transformações na configuração dos torcedores de futebol pós-

---

<sup>1</sup> GIULIANOTTI. *Sociologia do futebol*.

<sup>2</sup> GIULIANOTTI. Fanáticos, seguidores, fãs e flâneurs.

<sup>3</sup> MELO; DUARTE; UGLIONE. *O grande palco futebolístico*, 2017.

<sup>4</sup> FERREIRA *apud* MELO; DUARTE; UGLIONE. *O grande palco futebolístico*.

<sup>5</sup> KOCH. *Marcas da futebolização na cultura e na educação brasileira*. KOCH. *Identidades em construção*. KOCH. *Futebolização*.

<sup>6</sup> BAUMAN. *Modernidade líquida*.

modernos. Lanço algumas hipóteses que poderão ou não se confirmar num futuro próximo, pois ainda estamos aguardando o retorno à chamada ‘normalidade’ que antecedeu a pandemia.

## A FUTEBOLIZAÇÃO

A *futebolização* – fruto da globalização a partir do futebol espetacularizado e mercantilizado, principalmente a partir dos anos 1990 – está imersa em um campo fluído que apresenta variações de tempos em tempos (sem que haja uma norma para cada período temporal) e, por isso, se transforma e se transfigura em cada espaço que penetra e a cada instante, adquirindo também contornos locais. Na construção do conceito ou na descrição do fenômeno globalizador,<sup>7</sup> utilizo referenciais teóricos de Zygmunt Bauman (2001; 2005) a respeito da modernidade líquida e da sociedade de consumidores, de Gilles Lipovetsky (2016) sobre o mundo leve e, de Stuart Hall (1997; 2006), referente aos fenômenos da globalização e das identidades culturais, para contextualizar a sociedade contemporânea; de Nestor Garcia Canclini (2003), sobre hibridação, na tentativa da construção dos indivíduos que constituem tal sociedade; e de Guy Debord (2005) sobre a sociedade do espetáculo e a passagem para a sociedade ‘midíocre’, nas análises de Juremir Machado da Silva (2012). Para uma análise mais aprofundada deste fenômeno sugiro a leitura da obra *Futebolização: identidades torcedoras da juventude pós-moderna* (2020). Defendo, portanto, que se não há um esporte pós-moderno, no mínimo há um esporte neomoderno que requer novas e constantes análises.

Não considero a *futebolização* um conceito e sim um fenômeno e/ou processo. Penso que a mesma pode também ser considerada uma *pedagogia cultural*.<sup>8</sup> Desde a emergência dos Estudos Culturais – em Birmingham, na Inglaterra – a pedagogia passou a ser entendida como um mecanismo de ensinamento ou difusão de modos de ser e pensar, ou seja, a pedagogia não se

---

<sup>7</sup> KOCH. *Futebolização*.

<sup>8</sup> ANDRADE; COSTA. Usos e possibilidades do conceito de pedagogias culturais nas pesquisas em estudos culturais em educação.

limita a práticas escolares explícitas ou institucionalizadas: ela está na TV, em filmes, jornais, revistas, anúncios, videogames, aplicativos, brinquedos, e também nos esportes.<sup>9</sup> O conceito ganhou espaço em pesquisas acadêmicas nas áreas da Educação e Comunicação. Em resumo, uma *pedagogia cultural* pode ser qualquer mecanismo midiático ou social capaz de ensinar algo para alguém. Os exemplos mais comuns na contemporaneidade seriam os programas de TV ou os aplicativos de smartphones. Portanto, o fenômeno da *futebolização* também pode se encaixar no conceito de *pedagogia cultural*, pois ele está imerso na cultura e sem dúvida alguma produz seus ensinamentos.

É importante, ainda, lembrar que o futebol se tornou, nos últimos séculos, o principal esporte de massa do mundo, tendo espaço de destaque nos diversos canais da mídia em vários países, fato que ajudou e provocou a construção do próprio termo *futebolização*. O futebol agrega o povo, dando sentido de identidade e nação. É esporte, lazer, produto e cultura ao mesmo tempo.<sup>10</sup> De acordo com Giulianotti (2010; 2012) o futebol é uma das grandes instituições culturais, como a educação e a mídia, que formam e consolidam identidades nacionais no mundo inteiro.

## ASPECTOS METODOLÓGICOS

Este artigo se constitui de uma análise preliminar sobre possíveis traços futuros de uma ‘tribo cultural’ vinculada ao futebol, com suas linguagens e hábitos, como também das manifestações materiais de suas atividades. Utilizei como base referencial estudos acadêmicos e pesquisas de opinião recentes, além de palestras realizadas em formatos online (*webinars*). Portanto, trata-se de uma pesquisa bibliográfica documental, que se vale também de imagens e sons.<sup>11</sup>

Para as análises, utilizei a análise de discurso – prática e campo da linguística e da comunicação especializado em analisar construções ideológicas presentes em um contexto. A análise textual discursiva, utilizada em áreas como a Comunicação, a Psicologia, a Educação e o Serviço Social, pode ser compreendida

---

<sup>9</sup> STEINBERG. *Kindercultura*.

<sup>10</sup> ALABARCES. *Cidadania e narrativas nacionais do futebol argentino contemporâneo*.

<sup>11</sup> GASKELL. *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som*.

como um processo de auto-organização, de construção e de compreensão em que novos entendimentos emergem de uma sequência recursiva de três componentes: desconstrução dos textos (ou discursos) do *corpus*, a *unitarização*; estabelecimento de relações entre os elementos unitários, a categorização; e o captar do novo emergente em que a nova compreensão é comunicada e validada.<sup>12</sup>

#### CONTEXTOS ANTERIORES E ATUAIS DA PANDEMIA

Podemos começar analisando alguns aspectos que envolvem o futebol e a constituição das identidades torcedoras. Como foram construídas estas ligações? Segundo Alabarces (2021), o futebol aparece a partir do século XX como um espaço onde as narrativas de identidade podem ser construídas. No Brasil, a modalidade assim que foi acessada pelas camadas mais pobres logo tomou lugar hegemônico na construção da identidade da nação, sendo também um campo de lutas de poder, espaço político e social, e um meio para a ascensão de negros escravizados. Nestes contextos não só o futebol evoluiu nas últimas décadas, mas também os torcedores e as torcidas. De uma atividade familiar de finais de semana, os atos dos agrupamentos se transformaram em festas competitivas através das torcidas organizadas, manifestações de poder, violência e status social e, mais recentemente, foram (re)significadas pela condição do torcedor-consumidor. Atualmente, torcer não é considerado apenas o ato de acompanhar uma equipe e apoiá-la contra o adversário. Torcer também é consumir a mercadoria futebol. Sendo assim, tais condições contribuíram – de forma essencial – não só com a propagação do futebol em território nacional, mas também com os imaginários em torno da modalidade e com seus modos de torcer. De frequentadores de campos e estádios – seja em pé, em arquibancadas improvisadas ou em cadeiras –, passando pelos períodos de forte presença de torcidas organizadas, e eventos de grande magnitude; estamos gradativamente – com alguns momentos de aceleração neste processo – nos transformando em espectadores midiáticos passivos. As possibilidades econômicas de assistir aos jogos *in loco* nos grandes palcos

---

<sup>12</sup> MORAES. Uma tempestade de luz.

futebolísticos de cada região para camadas jovens e populares da população estava diminuindo a cada temporada e, foram cessadas com a pandemia. As juventudes, afastadas dos clubes locais também pela falta de referências identitárias e, que já buscavam o entretenimento do futebol em campeonatos europeus e *games*, aderiu ainda mais aos mecanismos e ferramentas digitais neste contexto de lazer.

Melo, Duarte e Uglione (2020) defendem que as transformações dos estádios de futebol do século XX em arenas multiuso do novo milênio trouxeram maior segurança e limpeza aos espaços, mas ao mesmo tempo provocaram um aumento nos preços dos ingressos e nos mecanismos de vigilância, implicando em novos hábitos de torcer. No entanto, as pesquisadoras acreditam que o estádio – ou, agora, a arena – ainda se constitui em elemento importante para a identidade torcedora. “[...] o torcedor não pode mais ser aquele que não pode pagar ou aquele que frequenta o estádio com uma camisa comprada no camelô. O torcedor passa a ser tratado como consumidor e os movimentos de reforma/renovação/construção são feitos para esse público fim”.<sup>13</sup> Tal condição é reforçada por Queiroz (2020), em investigação no estádio Mineirão, que afirma que os estádios, antes locais para os torcedores assistirem aos jogos de futebol de seu time preferido, se transformaram em palcos de negócios, totalmente transformados, de tal modo a constranger ou eliminar – implícita ou explicitamente – determinados grupos sociais dos espaços. No mesmo sentido, Romano e Uvinha (2020), em estudo sobre a Arena Corinthians, afirmam que os novos estádios forçam a mudança das características dos frequentadores: de torcedores para consumidores. Penso que se os estádios transformados em arenas, se tornaram reprodutores de uma marca e configuração mundializada e globalizada que interfere diretamente nas culturas torcedoras locais – onde há transformações de ingressos em cartões, comidas populares em praças de alimentações de redes de *fastfoods*, arquibancadas em plateias e, principalmente, de torcedores em consumidores – é porque não somente houve uma mercantilização do esporte, como também este processo é permitido e desejado pelos grandes clubes, além do mesmo ter sido acelerado pelo contexto da pandemia, que diretamente, convidou e convocou o aficionado de

---

<sup>13</sup> MELO; DUARTE; UGLIONE. *O grande palco futebolístico*, p. 73.

futebol a acompanhar o espetáculo de sua poltrona residencial pagando assinaturas de operadoras, ou ainda por pacotes ou eventos *pay per view* individualizados. Portanto, se não é mais possível estar presente nos estádios e, se há uma espécie de ‘cardápio futebolístico’ disponível para o público que somente pode acompanhar o futebol pelas telas, porque estes espectadores escolheriam campeonatos, clubes ou celebridades de menor expressão ou deficitários no cenário mundial? Vão preferir assistir aos jogos das grandes equipes, ou continuarão fiéis ao clube da cidade, mesmo tendo que pagar taxas extras para ver um espetáculo menos atrativo?

Os antigos aficionados, que configuraram suas identidades torcedoras ainda no século XX, ou seja, através de processos identitários mais sólidos, poderão demonstrar este desejo de retornar aos estádios assim que isto for permitido. No entanto, pesquisas recentes que já apontavam para transformações do jovem torcedor nascido no novo milênio e em condições de (des)(re)construção de suas identidades pós-modernas, dão indicativos que talvez o afastamento das novas gerações dos espaços físicos relacionados ao futebol seja não só acelerado mais também acentuado em consequência da pandemia. Nas próximas páginas apresentarei dados coletados entre jovens torcedores<sup>14</sup> na região nordeste do Rio Grande do Sul, nos anos de 2017 e 2020, que comprovam e ratificam as condições do torcedor futebolizado e pós-moderno.

Em média, a maioria dos jovens assistem cerca de dois jogos de futebol por semana e, estas partidas são vistas pela televisão ou pelas telas. O índice daqueles que assistem de um a três jogos por semana é de 33,1% do total e, de mais de cinco jogos de 22,3%. Percebe-se também que o público masculino acompanha o futebol com maior frequência e, que uma parcela pequena do segmento feminino pode passar mais dias sem assistir jogos de futebol. Poucas meninas acompanham mais

---

<sup>14</sup> Trata-se da continuidade da pesquisa apresentada no artigo *Indícios de uma euro-futebolização no Sul do Brasil*, FuLiA (2018). A faixa etária pesquisada foi de 15 a 30 anos de idade, com maiores índices para indivíduos de 18 a 25 anos, nas Regiões das Hortênsias, Vale do Paranhana e Serra. Foram entrevistados tanto em 2017 como em 2020 aproximadamente 200 indivíduos em cada ano, sendo que em 2017 com ênfase entre estudantes do Ensino Médio e, em 2020 com maior atenção para estudantes universitários, pois após três anos aqueles alunos que estavam no Ensino Médio teoricamente migraram para o Ensino Superior. A Região Nordeste do Rio Grande do Sul é composta pelas duas regiões metropolitanas do Estado (Porto Alegre e Caxias do Sul), além de concentrar maior concentração populacional. As entrevistas foram aplicadas através de formulários do Google Forms.

de cinco partidas de futebol por semana, enquanto que boa parte dos meninos o faz. De acordo com o levantamento da Sport Track sobre as tribos esportivas, no futebol historicamente o público masculino é maioria, no entanto, os dados recentes comprovam um crescimento da preferência das mulheres também pelo futebol, que acompanham a modalidade com o viés mais direcionado ao entretenimento, ou seja, assistem qualquer partida de futebol como um divertimento e não especificamente para acompanhar um clube ou atleta. Sobre a forma de acompanhar futebol, os dados de 2020 ratificam os de 2017, e apontam que mais de 83% do público jovem somente acompanha futebol pela mídia, ou seja, a parcela daqueles que frequentam os estádios é pequena. A pesquisa da European Club Association, apresenta dados semelhantes. Segundo o relatório assistir a jogos de futebol em casa pela TV é a principal forma de engajamento para 82%. Neste estudo, também foi verificado que quanto mais jovem é este fã moderno de futebol, menos ele gosta de assistir jogos ao vivo. Ele prefere conteúdo mais curto e por demanda, como melhores momentos, gols e grandes jogadas, disponíveis em plataformas *streaming*.

Em 2020, em virtude da pandemia da Covid-19, foi inserida a seguinte pergunta no questionário: De que forma você pretende acompanhar futebol após a pandemia? Quase 30% dos entrevistados afirmaram que pretendem ir aos estádios. Portanto, podemos concluir que há uma demanda reprimida, que poderá significar uma mudança de hábito entre os jovens. É uma condição a ser verificada quando for permitido o retorno dos torcedores aos estádios e, analisar posteriormente quanto tempo vai durar este suposto movimento. Outro dado interessante se refere a quantas vezes ao ano os jovens torcedores vão aos estádios. Entre o público masculino, 26,8% frequentam as arenas de uma a cinco vezes ao ano; no entanto, também há uma parcela significativa de 24,7% que raramente vão aos estádios, ou seja, até hoje só foram assistir jogos de futebol *in loco* uma ou duas vezes na vida. Para o público feminino a realidade é ainda mais restritiva, pois 33% delas nunca foi assistir a um jogo de futebol no estádio e, 31,5% raramente assistem jogos de futebol nestes ambientes. Somente 35% das mulheres entrevistadas conseguem assistir jogos de futebol nos estádios, enquanto entre os homens o índice é de 60%. Portanto, apesar das adaptações que as arenas

esportivas vem apresentando nas últimas décadas com vistas a atrair espectadores mais diversificados, os estádios de futebol continuam sendo um espaço masculinizado, onde o público feminino ainda não se sente à vontade ou no direito de frequentá-los. Estes dados, cruzados com os levantamentos da Sport Track, podem revelar mais aspectos sociológicos em profundidade no futebol. As estratificações por faixa etária e classe social, no Brasil, expõem que o público de futebol no país se dividem da seguinte forma: 16 à 24 anos de idade – 22%, 25 à 34 anos de idade – 24%, 35 à 49 anos de idade – 30%, mais de 50 anos – 24%; classe A – 7%, classe B – 33%, classe C – 44% e, classe D – 17%. Portanto, o maior público que frequenta os estádios abarca o gênero masculino, na faixa etária dos 25 aos 49 anos, das classes B e C.

Os dados sobre quais competições (quadro 1) assistem estes jovens chamam atenção. Nesta pergunta eles poderiam optar por mais respostas do que apenas um campeonato e/ou torneio. As principais preferências não chegam a surpreender, e seguem basicamente as mesmas de 2017, pois é natural que o Campeonato Brasileiro seja o mais acompanhado pelos jovens, seguido da Taça Libertadores da América – principal competição continental –, pois nos mesmos estão envolvidos os grandes clubes do cenário nacional e são títulos perseguidos pelas equipes locais. Também o fato da Copa do Mundo estar entre os três primeiros campeonatos na preferência dos jovens não chega a ser uma novidade, por se tratar da maior competição futebolística mundial. O destaque fica por conta da *Champions League*, ou Liga dos Campeões, competição que reúne os maiores e mais ricos clubes do futebol mundial (todos com sede na Europa) e, que para as juventudes do Brasil – com raríssimas exceções – só pode ser acompanhado pela mídia. Este torneio aparece em quarto lugar na preferência geral. Entre os homens, competições como a Eurocopa e a Premier League (Campeonato Inglês) tem um peso maior, enquanto que entre as mulheres há preferências interessantes pela Copa do Mundo Feminina e também pela Série B do Brasileiro e Estaduais. Saliento que foi perguntado aos jovens quais os campeonatos e/ou torneios de futebol que acompanham, não sendo verificado aqui – de forma qualitativa – a ordem de preferência, ou seja, não foi questionado – por exemplo – se colocam a *Champions*

*League* em ordem de importância acima dos campeonatos nacionais. Portanto, imagina-se que para alguns isto seja uma opção bastante possível.

Competição	Masculino		Feminino		Geral
	2017	2020	2017	2020	
Brasileirão	94,1%	94%	84,6%	78,4%	87,7%
Libertadores	76,4%	89,2%	88,4%	77,6%	84,5%
Copa do Mundo	70,5%	82,2%	30,7%	63%	74,4%
UEFA Champions League	82,3%	72,5%	50%	47%	62%
Copa América	41,1%	64,5%	15%	36,1%	52,8%
Torneio de Futebol Olímpico	29,4%	46,7%	26,9%	33%	42,1%
Copa do Mundo Feminina		35,4%		39,2%	37%
Copa Sul-Americana	20,5%	35%	15,3%	30,7%	33,2%
Eurocopa	38,2%	45,1%	7,6%	13,8%	32,2%
Premier League (inglês)	32,3%	46,2%	3%	9,2%	31%
Série B e Estaduais	32,3%	34,4%	27%	18,4%	27,8%
La Liga (espanhol)	52,9%	35,4%	7,6%	11,5%	25,6%

**Quadro 1** - Campeonatos e/ou Torneios de Futebol mais acompanhados pelos jovens torcedores nos anos de 2017 e 2020. Fonte: KOCH (2018; 2020).

Os dados da questão seguinte (quadro 2) são bastante interessantes e profícuos para as análises deste estudo. Por estarmos apresentando as preferências de jovens torcedores na região sul do Brasil, é natural que a maioria dos entrevistados opte por Grêmio ou Internacional como seu clube de futebol preferido. Aqui o que chama atenção são características cada vez mais próximas do torcedor pós-moderno e afastadas da condição moderna. Pelos números, podemos observar que ainda há aqueles com vínculos mais afetivos com um único clube local (característica da modernidade) e, inclusive, esta situação está mais presente no gênero feminino. O mais significativo é que a maioria dos jovens contemporâneos torcem para um dos clubes com maior expressão no Rio Grande do Sul e também adotam outras agremiações, quase na totalidade estrangeiras.

Quando perguntados sobre qual (ou quais) time(s) de futebol torcem ou simpatizam, 62,5% dos entrevistados responderam que torcem por mais de um clube (Grêmio ou Internacional; e outros); 27,7% que torcem para apenas um (Grêmio ou Internacional); e 9,8% torcem para clubes antagônicos, ou seja, rivais locais ou estrangeiros. Os jovens inseridos neste terceiro grupo revelam um fato

curioso, pois muitos ao escolherem clubes fora da rivalidade Gre-Nal, optaram por seguir equipes que são rivais em território europeu. Nas respostas há uma certa parcela de jovens *futebolizados* que simpatizam, acompanham e também torcem, ao mesmo tempo, por Real Madrid e Barcelona – rivais na Espanha e no futebol mundial contemporâneo –, Internazionale e Milan – clubes rivais da cidade de Milão, na Itália –, e/ou Manchester United e Manchester City – sediados ao norte da Inglaterra e, anualmente candidatos aos títulos nacional e continental –, por exemplo, entre outras rivalidades estrangeiras. O estudo da European Club Association aponta que os fãs mais jovens demonstram forte tendência em torcer por clubes que não sejam de seu próprio país, numa proporção que alcança 36% na faixa entre 16 e 24 anos. No Brasil, a mesma pesquisa, revela que 43% dos pesquisados afirmam torcer por apenas um clube, 45% para dois clubes e 12% para nenhum; e ainda, que 47% dos torcedores preferem seus clubes (ou outros) à seleção brasileira.

Segundo análises de Gurgel (2008), há três pontos a serem considerados no cenário futebolístico mundial após a virada do milênio: a) o modelo atual provocou o enfraquecimento de todos os clubes que não fazem parte dos grandes torneios internacionais e conseqüentemente são exportadores de seus principais jogadores; b) a lógica transnacional dos superclubes está prejudicando a identificação nacional; e c) o aumento gradativo do comportamento xenofóbico de países imperiais na Europa, como Itália, Espanha, Alemanha e Inglaterra. Sem excluir os pontos levantados e, em certa medida, concordando com as considerações feitas por Gurgel (2008), vou mais adiante nesta situação de múltiplas escolhas por times de futebol dos jovens. Considero tais condições juvenis, como típicos comportamentos do torcedor *flâneur*, na busca por uma multiplicidade de experiências no futebol, onde e quando as lealdades nacionais podem ser trocadas com base no sucesso competitivo ou na identificação mediada com grandes celebridades. Vejamos quais são (ou eram, pois o comportamento do torcedor pós-moderno é bastante volátil e fugaz) os clubes preferidos dos jovens *futebolizados* na transição de 2017 para 2020. Neste quadro 2, vale destacar e ratificar que os entrevistados poderiam optar por mais de um clube de preferência, portanto, houve indivíduos que escolheram apenas uma equipe, enquanto outros optaram por várias.

A cultura juvenil *futebolizada* se caracteriza por seguir e simpatizar mais de uma equipe de futebol. Geralmente acompanham um time ‘local’, por influência familiar ou dos amigos e, optam por outra(s) equipes(s), que estão em evidência na mídia pelas suas conquistas recentes ou pelas celebridades da modalidade que possuem em seus plantéis, casos – evidentes – na contemporaneidade de Real Madrid e Barcelona, que acabam dividindo a preferência dos jovens gaúchos com Grêmio e Internacional. Na soma dos números gerais, as equipes estrangeiras tem mais adeptos que a dupla Gre-Nal; fato que se explica pela seguinte situação: ninguém no Rio Grande do Sul é ‘autorizado’ a torcer por Grêmio e Internacional simultaneamente (ainda que alguns dos entrevistados tenham optado por esta condição), enquanto que o mesmo pode até ser considerado ‘normal’ para as equipes estrangeiras. Portanto, muitos jovens optaram por responder, quando questionados sobre seu(s) clube(s) preferido(s), Grêmio ou Internacional, mais Real Madrid, Barcelona, Liverpool, Paris Saint Germain, Bayer de Munique e outras equipes que também aparecem em destaque nas preferências.

Clube	Masculino		Feminino		Geral	
	2017	2020	2017	2020	2017	2020
Internacional	47%	58%	26,9%	53,8%	38,3%	56,3%
Grêmio	41,1%	47,8%	73%	61,5%	55%	53,4%
Real Madrid (Espanha)	64,7%	30,6%	42,3%	18,4%	55%	25,6%
Barcelona (Espanha)	47%	29%	34,6%	19,2%	41,6%	25%
Liverpool (Inglaterra)	8,8%	27,4%	3,8%	16,9%	6,6%	23,1%
Paris Saint Germain (França)	11,7%	25,8%	1%	16,9%	6,6%	22,1%
Bayern Munique (Alemanha)	17,6%	21,5%	7,6%	9,2%	13,3%	16,4%
Manchester City (Inglaterra)	26,4%	20,4%	2%	9,2%	15%	15,8%
Juventus (Itália)	14,7%	18,2%	3,8%	11,5%	10%	15,5%
Manchester United (Inglaterra)	20,5%	17,2%	3,8%	7,6%	13,3%	13,2%
Chelsea (Inglaterra)	5,8%	11,8%	3,8%	10,7%	5%	11,3%
Borussia Dortmund (Alemanha)	8,8%	14,5%		3,8%	5%	10,1%
Flamengo	8,8%	9,6%		7,6%	5%	8,8%
Tottenham (Inglaterra)		11,8%		4,6%		8,8%
River Plate (Argentina)		10,7%	3,8%	5,3%	1,6%	8,5%
Arsenal (Inglaterra)		10,7%		5,3%		8,5%
Atlético de Madrid (Espanha)	5,8%	8,6%		5,3%	3,3%	7,2%
Milan (Itália)	14,7%	7,5%		4,6%	8,3%	6,3%
Benfica (Portugal)		5,9%		4,6%		5,3%
Boca Juniors (Argentina)		4,3%		6,1%		5%

**Quadro 2** – Clubes preferidos pelos jovens torcedores em 2017 e 2020. Fonte: KOCH (2018; 2020)

As respostas dos jovens revelam que a atração pelos clubes internacionais de futebol em detrimento das equipes nacionais e locais está bastante vinculada as conquistas no continente europeu e a presença das celebridades e craques da modalidade. É possível chegar a esta conclusão a partir do cenário do futebol mundial nos últimos anos. No quadriênio 2014-2017, quando foram coletados os primeiros dados deste estudo, Real Madrid, Barcelona e Chelsea dominavam as principais competições europeias, enquanto que na América do Sul, tínhamos destaque para Corinthians, River Plate e Grêmio. No quadriênio seguinte (2017-2020), a Europa apresentou o crescimento de equipes inglesas como Liverpool e Manchester City, além do Bayer de Munique, da Alemanha; tendo como consequência o declínio técnico de Real Madrid e Barcelona. Na contexto sul-americano, após décadas, o Flamengo – clube de maior torcida no Brasil – voltou a conquistar títulos importantes. Nestes últimos anos os melhores jogadores de futebol do mundo, eleitos pela FIFA, sempre estiveram defendendo os clubes espanhóis: Cristiano Ronaldo (Real Madrid), Messi (Barcelona) e Modric (Real Madrid). Na América do Sul, esta eleição, apontou muitos jogadores do River Plate sendo os melhores do continente, como Téó Gutierrez, Carlos Sanchez, e Pity Martinez, entre outros; e alguns expoentes brasileiros como Luan (Grêmio) e Gabigol (Flamengo). No entanto, Neymar – que defendeu o Barcelona até 2017 antes de se transferir para o Paris Saint Germain – continuou sendo o craque brasileiro preferido entre os jovens, mesmo não atuando em território nacional desde 2013. Portanto, provavelmente os jovens são seguidores dos atletas, e não dos clubes em si. Esta situação fica evidente quando estas ‘estrelas do futebol’ se transferem de clubes. Os jovens em sua maioria optavam, até então, pelos espanhóis Real Madrid e Barcelona, por estes clubes concentrarem os principais atletas da modalidade até recentemente, mas houve uma rápida mudança em cerca de três anos para outros clubes que despontaram no cenário internacional ou que adquiriram as estrelas do futebol. “Os mais jovens vivem a era do Cristiano Ronaldo e do Messi”.<sup>15</sup>

---

<sup>15</sup> Podcast: Rafael Plastina. As tribos de cada esporte.

Podemos fazer rápidas análises sobre estas ‘navegações ou saltos de clubes’ pelos jovens nos últimos anos, começando pelos clubes locais, Grêmio e Internacional. O Grêmio manteve certo índice por se manter em destaque nas competições nacionais (Brasileirão e Copa do Brasil) e continentais (Libertadores) nos últimos anos, além de produzir ídolos: como Luan, Arthur e Everton Cebolinha. Já o Inter, teve um índice mais baixo em 2017 por estar na Série B do Brasileirão naquele ano e, voltou a crescer nos últimos anos pelo retorno às principais posições tanto no Brasileirão como na Libertadores, além de ter contratado jogadores que se tornaram referência para os jovens torcedores: Paolo Guerrero, Thiago Galhardo e Edenílson. O Real Madrid apresentou queda do índice, principalmente, pela perda da maior estrela do clube: Cristiano Ronaldo (em 2018); somando-se a queda de rendimento técnico e, a perda da hegemonia na Europa, assim como o Barcelona que teve queda do índice em função da piora de rendimento técnico, a perda de algumas estrelas como Luis Suárez e Neymar, além da ameaça de perder a principal celebridade do clube: Messi. O Liverpool cresceu devido as conquistas recentes da Champions League e da Premier League, além do surgimento de atletas de destaque, como Salah, Mané, Firmino e Van Dijk. Paris Saint Germain e Juventus não conquistaram grandes títulos europeus, no entanto os franceses contrataram Neymar em 2017, detém a hegemonia na França, e foram finalistas da Champions League em 2020; enquanto os italianos contrataram Cristiano Ronaldo em 2018 e dominam a Série A da Itália nos últimos anos. Manchester City, Bayern de Munique e Manchester United praticamente mantiveram seus índices. Vale destacar ainda que o Flamengo é o único clube brasileiro que aparece – depois de Internacional e Grêmio – entre os 20 mais preferidos dos jovens torcedores da região nordeste do Rio Grande do Sul. Os demais clubes são ingleses, espanhóis, alemães, italianos, argentinos, e um francês e um português. Os campeonatos Francês, Alemão, Italiano e Argentino não estão entre os mais assistidos por esta juventude, mas os times destes países recebem importância e atenção dos jovens, muito provavelmente também pela presença de atletas ou até técnicos-celebridades – casos do espanhol Pep Guardiola, atualmente no Manchester City; e do argentino Marcelo Galhardo, há anos comandando e conquistando títulos pelo River Plate –, ou ainda, pelo desempenho dos mesmos

nas competições europeias, como a *Champions League* e a *Europa League*, e sul-americanas, como a *Libertadores*, e, portanto, acabam também permeando os sonhos de muitos jovens. Se conduzirmos esta análise para o campo econômico, veremos que as preferências dos jovens estão vinculadas aos clubes que mais arrecadaram no futebol mundial nos últimos três anos. Segundo dados da pesquisa de Análise Econômico-Financeira dos Clubes Brasileiros de Futebol, os principais clubes da Espanha (Real Madrid, Barcelona e Atlético de Madrid), Inglaterra (Manchester United, Manchester City, Liverpool e Tottenham), Alemanha (Bayern de Munique) e França (PSG) lideram os rankings de receitas e participação no PIB dos respectivos países. Clubes brasileiros aparecem em posições acima do 25º lugar, sendo que os gaúchos Internacional e Grêmio estão colocados acima do 34º lugar nas tabelas. Portanto, quem mais arrecada, naturalmente consegue contratar melhores esportistas e, conseqüentemente atrai mais o público e mais interesse da mídia.

Fica aqui aberto o debate para a questão da identidade. Sem dúvida há falta de atrativos do futebol brasileiro para ‘capturar’ os jovens, que em busca de referências vitoriosas e bem sucedidas acabam preferindo os valores que são difundidos pelos clubes estrangeiros. Inegavelmente a cada ano o futebol nacional tem perdido seu status de décadas anteriores junto ao público jovem; na contemporaneidade muito mais exigente, provavelmente impulsionado pelos artefatos midiáticos que permitem o acesso à outras competições esportivas e formas de entretenimento pouco ou quase inacessíveis no passado recente. A exigência da juventude por um bom espetáculo, seja esportivo ou cultural, parece ter aumentado na mesma proporção em que os atrativos locais perderam significado para a mesma. O fenômeno que ocorre com o futebol, em certa medida, também é observado – talvez há mais tempo – no basquete.

Estas novas identidades torcedoras (des)(re)construídas na pós-modernidade, estão sendo contextualizadas também como torcedores ou espectadores-atores, ou seja, indivíduos que valorizam mais a sua presença no local – através de *selfies* ou vídeos de si mesmo – do que o espetáculo futebolístico propriamente. São apenas aficionados *futebolizados*, que quando vão aos estádios assistir futebol *in loco* convertem este programa em um evento social, considerando as arenas um local limpo, seguro e confortável. Embora sejam

considerados torcedores menos aguerridos ou envolvidos, também são membros da mesma atmosfera que todos os outros apaixonados pelo futebol frequentam igualmente. No entanto adotam posturas afastadas dos clubes, não observando condições identitárias com eles. Podem, inclusive, frequentar espaços de teoricamente clubes rivais ao seu, pois não atribuem os mesmos valores dos torcedores tradicionais. Percebo o processo da *futebolização* como algo cada vez mais presente entre os jovens torcedores. Em contrapartida, os clubes têm criado ações voltadas para o público menos abastado e que ainda cultiva aspectos e hábitos de torcer do final do século XX. Em busca de fidelizar, ou talvez e principalmente, resgatar antigos torcedores, grandes clubes mantêm eventos específicos – como treinos abertos – que reproduzem as atmosferas – agora – nostálgicas das arquibancadas dos anos 1980 e 1990.<sup>16</sup>

#### **INDICATIVOS PARA PENSARMOS SOBRE NOVOS COMPORTAMENTOS TORCEDORES**

A partir dos apontamentos anteriores, que revelam que jovens torcedores preferem seguir celebridades futebolísticas ao invés de, propriamente torcer e se afiliar aos clubes, podemos analisar os futuros comportamentos que já estão em curso e que em breve poderão se acentuar. Segundo Alabarces (2021), Maradona e Zico traduzem uma narrativa de relação do herói futebolístico com a nação que Messi e Neymar não conseguem e nunca conseguirão produzir, ressaltando ainda a diferença de que Neymar chegou a jogar no Brasil enquanto, que Messi sequer jogou um minuto no futebol argentino. De acordo com o sociólogo, os ídolos do futebol contemporâneo adquirem novos contornos e, portanto, não há como associá-los aos clubes: “São heróis deslocalizados, heróis globalizados. Em torno deles não se pode construir narrativas identitárias”.<sup>17</sup> Podemos, inclusive, questionar se Messi – por exemplo – é mais argentino ou catalão. Talvez se o craque tivesse optado por defender as cores da Espanha, ou seja, adotando nova nacionalidade como tantos outros jogadores já fizeram e continuam fazendo, não suscitaria tantos questionamentos em torno de seus vínculos motivacionais com a

---

<sup>16</sup> ROMANO; UVINHA. *Legados de megaeventos*.

<sup>17</sup> Webinar: Futebol, Sociologia e Comunicação – Pablo Alabarces.

seleção da terra natal. É provável que haja muitos mais jovens torcedores de Messi e, conseqüentemente do Barcelona, do que da seleção da Argentina.

Sendo as emoções relacionadas ao futebol, “[...] rituais observados ao longo do tempo, construídos a cada jogo, [que] capilarizaram-se dinamicamente de formas distintas em cada momento, para cada torcedor”,<sup>18</sup> podemos concluir que esta dinâmica dos jogadores que trocam de clube a cada duas ou três temporadas, ou de clubes que renovam seus plantéis a cada ano, contribuem para esta nova configuração dos torcedores pós-modernos, ou seja, a (des)(re)construção identitária passa por todas as engrenagens do sistema: jogador, clube e torcedor. Talvez até não devemos mais chamar este indivíduo vinculado ao futebol de torcedor e, sim de aficionado, pois penso que a palavra torcedor nos remete a condições mais sólidas e características da modernidade dos séculos XIX e XX. As socialidades e relações afetivas pós-modernas são mais flexíveis e menos exigentes da fidelidade.

Somado aos movimentos de atletas e clubes já citados, assim como o contexto pandêmico que parece estar acelerando alguns processos em curso, podemos ainda acrescentar a este debate a fusão de grandes veículos de comunicação<sup>19</sup> e compra de direitos de transmissão das grandes competições internacionais por eles mesmos. De acordo com Alabarces (2021), “agora tudo é Disney, o império global do espetáculo”. Partindo de pressuposto que a Disney é a maior empresa de entretenimento do mundo, podemos supor que em breve ela também irá empregar suas marcas identitárias no futebol, associando clubes e celebridades da modalidade aos seus produtos. Portanto, não será surpreendente se em um futuro breve tivermos personagens infantis e juvenis ‘de mãos dadas’ com ídolos do futebol, ou vice-versa. Do ponto de vista do marketing e do mercado consumidor, pode ser, inclusive, uma boa estratégia para fisgar novos adeptos. Sem dúvida, gradativamente, há um esvaziamento das dimensões culturais e históricas das práticas do torcer.<sup>20</sup> Sobre estas circunstâncias, Alabarces (2021) lança novas

---

<sup>18</sup> QUEIROZ. *O preço da emoção*, p. 80.

<sup>19</sup> Em fevereiro de 2019 a FOX foi adquirida pelo grupo Disney. A partir de 2020, após aprovação dos órgãos competentes, iniciou-se, então, a fusão dos canais esportivos FOX SPORTS e ESPN.

<sup>20</sup> QUEIROZ. *O preço da emoção*.

perguntas: O que vai acontecer nas Copas de 2026 e 2030 com as cidadanias dos jogadores? O que faz um torcedor diante da TV?

Na tentativa de responder tais questionamentos, talvez seja cada vez mais comum atletas trocarem de nacionalidade. Assim poderemos ter muitas seleções formadas por maioria de estrangeiros do que de jogadores de origem nacional, como já ocorre com algumas seleções. Com a promessa de mudança de formato do novo mundial interclubes, chancelado pela FIFA, cabe até mesmo nos perguntarmos qual competição terá mais valor e audiência no futuro: a Copa do Mundo ou o Mundial Interclubes? Penso que um torcedor diante da TV, não é mais um torcedor. Este indivíduo está se transfigurando em um aficionado consumidor da modalidade, sem vínculos emocionais com qualquer agremiação, apenas sendo um seguidor de celebridades pelo tempo que durar a ascensão, exposição, espetacularização e valor de consumo delas. O declínio de qualquer celebridade fará com que o aficionado futebolizado migre rapidamente para outra personagem do espaço midiático futebolístico, aderindo aos clubes no qual estará tal celebridade.

## **CONSIDERAÇÕES**

O futebol, neste cenário, dispõe de uma condição ímpar. Mesmo permitindo que cada indivíduo livremente escolha seu(s) clube(s) e seu(s) ídolo(s) de preferência e por ele(s) demonstre uma paixão e um amor profundo fugaz e volátil, há em torno dessa situação a formação de agrupamentos de – no mínimo – seguidores das agremiações e celebridades, pois o ato de torcer torna-se coletivo, mesmo quando estamos sozinhos diante da TV assistindo qualquer jogo de futebol. Há um amálgama em torno daquela ‘nação ritualizada instantaneamente’. Portanto, a torcida de qualquer time de futebol – sendo efêmera ou não – ainda se torna um reduto de coletividades e, estas identidades coletivas vinculadas ao futebol – mesmo passageiras – seguem apresentando muitos traços e exigências das identidades modernas. Lembro aos leitores que a chegada ou presença de processos identitários pós-modernos – como é o caso da *futebolização* – não representam o abandono por completo de condições identitárias modernas.

Giulianotti (2012) aponta a existência de várias categorias de torcedores na contemporaneidade, sendo algumas com características e mais próximos da condição moderna e outras com vínculos maiores nas sociabilidades da pós-modernidade. Igualmente o relatório da European Club Association apresenta categorias diversificadas de fãs do futebol, que convivem no mesmo espaço temporal. O alerta fica por conta do crescimento e aceleração de categorias que apresentam torcedores com vínculos líquidos e fugazes, ou sem vínculos; fato que poderá alterar consideravelmente o cenário futuro dos torcedores ou aficionados do futebol. Também vale destacar a situação do futebol brasileiro neste cenário. Segundo a Análise Econômico-Financeira dos Clubes Brasileiros de Futebol, os efeitos da pandemia podem ocasionar a maior mudança de forças estruturais da história do futebol brasileiro, pois a debilidade financeira pré-pandemia reforçada pela ausência de partidas com público e receitas ao longo de 2020 e 2021 nos indicam a possibilidade de uma ruptura jamais vista, que dava sinais de proximidade, mas que a boa vontade com clubes tradicionais e desequilibrados acabava mantendo-os vivos. Atrasos, falta de dinheiro, falta de interesse do mercado e dos torcedores, tudo isso reforçado por uma mudança no modelo de controle dos direitos de arena e ainda sob a possibilidade de uma lei de transformação das associações em clubes-empresas. Enfim, é possível concluir que a *futebolização* da juventude – por ser um fenômeno pós-moderno – é um processo em constante movimento, por vezes acelerado como parece estar acontecendo nestes dois últimos anos, em virtude e por consequência da pandemia.

\* \* \*

## REFERÊNCIAS

ALABARCES, Pablo. Cidadania e narrativas nacionais do futebol argentino contemporâneo. **Eco-Pós**. Brasil, v. 5 (1), p. 27-36, 2002.

Análise Econômico-Financeira dos Clubes Brasileiros de Futebol. 11ª edição. Demonstrações Financeiras de 2019. Itaú BBA. Diretoria Geral de Atacado, jul. 2020.

ANDRADE, Paula Deporte; COSTA, Marisa Vorraber. Usos e possibilidades do conceito de pedagogias culturais nas pesquisas em estudos culturais em educação. **Textura**, Canoas, v. 17 (34), p. 48-63, 2015.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

BAUMAN, Zygmunt. **Identidade**. Rio de Janeiro: Zahar, 2005.

CANCLINI, Nestor Garcia. **Culturas híbridas**. São Paulo: EDUSP, 2003.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Lisboa: Edições Antipáticas, 2005.

EUROPEAN CLUB ASSOCIATION. **Fan of the Future: Defining Modern Football Fandom**. Nyon, Switzerland: ECA, 2020.

GASKELL, George. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Petrópolis/RJ: Vozes, 2002.

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

GIULIANOTTI, Richard. Fanáticos, seguidores, fãs e flâneurs: uma taxonomia de identidades do torcedor no futebol. **Recorde**, v. 5 (1), p. 1-35, 2012.

GURGEL, Anderson. O futebol como agente da globalização. **Revista de Economia & Relações Internacionais**, São Paulo, v. 6 (12), p. 48-64, 2008.

HALL, Stuart. A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo. **Educação & Realidade**, Porto Alegre, v. 22 (2), p. 15-46, 1997.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

KOCH, Rodrigo. **Marcas da futebolização na cultura e na educação brasileira**. Dissertação (Mestrado em Educação). ULBRA, Programa de Pós-Graduação em Educação, Canoas/RS, 2012.

KOCH, Rodrigo. Índícios de uma euro-futebolização no Sul do Brasil. **FuLiA**, v. 3, p. 146-169, 2018.

KOCH, Rodrigo. **Identidades em construção: um olhar sobre a Futebolização da juventude no Ensino Médio**. Tese (Doutorado em Educação). UFSM, Programa de Pós-Graduação em Educação, Santa Maria/RS, 2018.

KOCH, Rodrigo. **Futebolização: identidades torcedoras da juventude pós-moderna**. Brasília/DF: Trampolim Editora/Ministério da Cidadania, 2020.

LIPOVETSKY, Gilles. **Da leveza: rumo a uma civilização sem peso**. Barueri/SP: Manole, 2016.

MELO, Natália Rodrigues de; DUARTE, Cristiane Rose de Siqueira; UGLIONE, Paula. **O grande palco futebolístico: ambiência, memória e ressignificações do Maracanã**. Brasília/DF: Trampolim Editora e Eventos Culturais Eirelli/Ministério da Cidadania, 2020.

MORAES, Roque. Uma tempestade de luz: a compreensão possibilitada pela Análise Textual Discursiva. **Ciência & Educação**, v. 9 (2), p. 191-211, 2003.

Podcast – Dinheiro em Jogo #94 – **As tribos de cada esporte**: quem são os torcedores de futebol, vôlei, automobilismo, MMA e e-sports. (Rodrigo Capelo [Globo.com] e Rafael Plastina [Sport Track]). Ge – globoesporte.com, transmitido e disponibilizado, mar. 2021.

QUEIROZ, Felipe Pereira. **O preço da emoção**: futebol, economia e torcer. Brasília/DF: Trampolim Editora e Eventos Culturais Eirelli/Ministério da Cidadania, 2020.

ROMANO, Filipe Soares; UVINHA, Ricardo Ricci. **Legados de megaeventos**: Arena Corinthians na perspectiva do turismo esportivo. Brasília/DF: Trampolim Editora e Eventos Culturais Eirelli/Ministério da Cidadania, 2020.

SILVA, Juremir Machado da. **A sociedade midíocre**. Porto Alegre: Sulina, 2012.

STEINBERG, Shirley. Kindercultura: a construção da infância pelas grandes corporações. In: Silva, L. H.; Azevedo, J. C.; & Santos, E. S. (Orgs.). **Identidade social e a construção do conhecimento**. Porto Alegre: SMED, 1997.

Webinar: **Seminário Internacional de Estudos do Futebol e Direitos do Torcedor** – Mesa 4: Futebol, Mídia e Torcidas (Marina Dantas [UFMG], Irlan Simões [UERJ], Breiller Pires [ESPN Brasil] e Rodrigo Koch [UERGS]). Programa de Pós-Graduação em Educação Física da Universidade de Brasília, 06 nov. 2020.

Webinar: **Futebol, Sociologia e Comunicação – reflexões sobre a obra de Ronaldo Helal** – Mesa 1: Argentinos e franceses: os ‘outros’ do futebol brasileiro (Pablo Alabarces [UBA] e Bernardo Borges Buarque de Hollanda [FGV]). Laboratório de Estudos em Mídia e Esporte da Universidade Estadual do Rio de Janeiro; e Laboratório de Estudos do Esporte da Fundação Getúlio Vargas, 03 mar. 2021.

\* \* \*

Recebido para publicação em: 14 abr. 2021.

Aprovado em: 17 out. 2021.

## Entre a pesquisa acadêmica, a difusão científica e o mercado futebolístico: ciência de dados no estudo do futebol – o caso suíço do *Football Observatory*

Between Academic Research, Scientific Diffusion, and the Football Market: Data Science in the Study of Football – the Swiss Case of the *Football Observatory*

**Bernardo Borges Buarque de Hollanda**

Escola de Ciências Sociais, FGV-CPDOC, Rio de Janeiro/RJ, Brasil  
Doutor em História Social da Cultura, PUC-Rio  
bernardobuarque@gmail.com

**Resumo:** O artigo debruça-se sobre a experiência de um centro de estudos dedicado ao monitoramento estatístico do futebol profissional nos últimos quinze anos. Com base em um acompanhamento presencial no suíço *Football Observatory*, propõe-se a descrição e análise da atuação de uma equipe de geógrafos que se especializou na mineração de dados para radiografar elementos demográficos, performáticos e financeiros do futebol de espetáculo contemporâneo. O argumento sustenta que, egressos do meio acadêmico, os analistas responsáveis aproximam-se dos agentes e das instituições que pretendem observar, produzindo uma dualidade, quando não uma ambiguidade, analítica: ora entende-se que os índices e as cifras levantados servem para uma compreensão crítica dos rumos assumidos pelo profissionalismo exponencialmente mercantilizado e concentrador; ora tal aproximação direciona o objeto do que pretendem investigar, com pesquisas e consultorias voltadas de maneira progressiva a atender os interesses dos entes envolvidos com a administração e a promoção do futebol no século XXI.

**Palavras-chaves:** Futebol; Ciência de dados; Demografia; Performance; Mercado de transferência.

**Abstract:** The article focuses on the experience of a study center dedicated to the statistical monitoring of professional football for the past fifteen years. Based on a face-to-face follow-up at the Swiss *Football Observatory*, we propose to describe and analyze the work of a team of geographers who specialized in data mining to radiograph demographic, performance and financial elements of contemporary football-spectacle. We argue that, coming from the academic environment, the responsible analysts approach the agents and institutions they intend to observe, producing an analytical duality, if not an ambiguity: at times it is understood that the indexes and figures raised serve for a critical understanding of the directions taken by exponentially marketed and concentrated professionalism; at others such approach determines their object of investigation, with research and consulting geared progressively to meet the interests of those involved with managing and promoting football in the 21st century.

**Keywords:** Football; Data Science; Demography; Performance; Transfer Market.

## INTRODUÇÃO<sup>1</sup>

As ciências sociais dedicadas às pesquisas quantitativas em esportes têm tradicionalmente dependido de estatísticas produzidas pelos meios de comunicação de massa, e estes, por seu turno, quando não possuem departamentos próprios de estocagem de dados<sup>2</sup>, dependem de empresas terceirizadas. Tais empresas fornecedoras de conteúdo estatístico, como *Amisco*, *Sports Analytics Services*, *Opta Pro* ou *Insat*, estão em sua maioria estruturadas nos Estados Unidos e na Europa, em processo cujas origens remontam aos anos 1990. As modelizações informáticas proveem índices, séries e tabulações mais gerais, atinentes a desempenhos esportivos e a dados contextuais de prática, circulação e frequência no universo do futebol e na indústria do esporte.

Pesquisadores ligados à Academia têm em sua maioria se esquivado eles próprios de lidar com dispositivos tecnológicos e de controlar seus próprios indicadores e recursos computacionais, por meio de uma matemática aplicada que acaba delegada e dependente de terceiros, em meio à chamada “revolução estatística”.<sup>3</sup>

O Observatório do Futebol do *Centre international d'étude du sport* (CIES), fundado em 1995 e sediado na Suíça, é um exemplo de exceção e, ao mesmo tempo, um *case* de sucesso na inversão dos termos dessa correlação de dependência. O emprego sistemático de uma metodologia científica permite que a universidade e seus centros de investigação produzam fontes de informação capazes de servir seja aos próprios estudiosos da Academia seja à mídia especializada, assim como aos agentes interessados do futebol e à sociedade de uma maneira geral.

A equipe do *FO* – doravante utiliza-se este acrônimo para as referências ao *Football Observatory* – é composta por três geógrafos e uma cientista política, respectivamente: Raffaele Poli, Loïc Ravenel, Roger Besson e Andrea Pessina. O contato direto com o grupo que produz o *FO* foi uma oportunidade especial, pois

---

<sup>1</sup> O presente artigo foi produzido graças aos auspícios da bolsa CAPES Print, que proporcionou estágio de treinamento técnico no *Centre international des études du sport* (CIES), na cidade de Neuchâtel, Suíça, em janeiro/fevereiro de 2020. O autor agradece ao historiador Thomas Busset e ao geógrafo Raffaele Poli pelo supervisionamento pós-doutoral durante o período. Processo CAPES número: 88887.468839/2019-00.

<sup>2</sup> HYEANS. *Sport data revolution*, p. 26.

<sup>3</sup> STANGRETS. *Le football est une science (in)exacte*, p. 146.

permitiu ir além do que está disponível à consulta pública *online*. Em adição, os encontros e a interação direta possibilitaram a compreensão das motivações, das estratégias e dos desafios colocados ao Observatório nos últimos quinze anos e nos anos porvir.

Se o CIES existe desde meados dos anos 1990, graças a uma concertação de interesses entre a FIFA, o cantão de Neuchâtel e a Universidade de Neuchâtel (Unine), o Observatório foi instituído há quinze anos (2005), com o nome inicial de *Professional Football Players Observatory* (PFPO). O grupo de geógrafos supracitado, encabeçado por Raffaele Poli, idealizou e constituiu um espaço para a sistematização de dimensões do futebol de espetáculo contemporâneo, tendo por base a eleição de determinados eixos estruturais de análise. Em 2011, o órgão adota a denominação que vige até hoje: *Football Observatory*.

O presente artigo estrutura-se em três partes. A primeira seção debruça-se sobre a série de publicações semanais do *Football Observatory*, responsável por fornecer dados estatísticos e numéricos atualizados a cada semana acerca da performance dos jogadores e dos clubes das mais importantes ligas de futebol profissional da Europa e do mundo. Vale ressaltar que os relatórios semanais já alcançaram mais de trezentas edições desde o seu surgimento, há quinze anos, e instituíram um padrão comparativo regular para modelar tais tipos de quantificação.

A segunda parte aborda as publicações mensais do *Football Observatory*. Junto às estatísticas apresentadas, tais publicações procuram ser mais densas e analíticas das temáticas selecionadas. O Observatório concentra-se no monitoramento do mercado de compra e venda de futebolistas em escala transnacional e procura aferir o grau de valorização desses jogadores a cada temporada, quando abre-se a chamada “janela de transferências”, mediante a observação da flutuação numérica e do ranqueamento periódico dos mesmos.

Já a terceira e última seção deste texto versa sobre um dos produtos desenvolvidos pelo CIES que elegi para análise e aprofundamento. O *Demographic Atlas* é uma ferramenta que visa conhecer a “população” de entes e de profissionais desse meio. Uma gama de mapas dos torneios europeus, com o fluxo de entrada e saída de jogadores internacionais, foi criada para cartografar o fenômeno e vem sendo monitorada com regularidade uma vez por ano. Entre os dados observáveis,

salienta-se sua distribuição em termos de clubes por ligas e confederações, a composição de jogadores segundo a idade, a proveniência nacional e a oscilação das taxas de indenização para compra e venda.

Subjacente à descrição e análise das três partes acima, concluo com considerações críticas sobre a ambivalência constitutiva identificada na estruturação do órgão. Concebida pela FIFA para ser uma espécie de “universidade do futebol”, quando da criação do CIES em 1995, os coordenadores do *Football Observatory* são, entretanto, taxativos em arvorar a independência deste último face à entidade federativa que subvenciona o centro nos últimos 25 anos.

Nossa conclusão acentua que, a despeito do que é dito e manifesto pela equipe responsável, uma ambivalência constitutiva e prática pode ser observada na seleção de temas, bem como na escolha de tópicos de interesses aferidos semanal, mensal e anualmente no cotidiano do Centro. Isto faz, conforme sugerimos, o órgão pendular entre uma visada acadêmica, que se volta à difusão científica, e uma inclinação pragmática, que acena às possibilidades instrumentais de financiamento do mercado futebolístico que o próprio FO se dedica a examinar.

Convém ainda assinalar que a elaboração desse artigo só foi possível por meio de uma bolsa CAPES Print 2020, que permitiu durante um mês a vivência no FO-CIES, localizado na cidade suíça de Neuchâtel, com o acompanhamento do processo institucional e intelectual de produção das estatísticas e dos infográficos a seguir arrolados. Em termos metodológicos, o trabalho de campo permitiu conversas e entrevistas com os responsáveis pelo projeto e o acesso à bibliografia especializada em métodos quantitativos para o estudo dos esportes, disponíveis em sua biblioteca. Ademais, a metodologia valeu-se da sistematização da massa de dados *quantitativos* postados semanal e mensalmente pelo FO-CIES, bem como de relatórios e documentos facultados à consulta *in loco* para os pesquisadores.

#### **A PRODUÇÃO SEMANAL DE ESTATÍSTICAS FUTEBOLÍSTICAS**

Em 2012, após os sete primeiros anos de funcionamento e de desenvolvimento de sua metodologia de pesquisa, o *Football Observatory* instituiu um modelo de comunicação e de difusão constante dos seus dados para o público externo. Tal

modelo consiste na publicação de postagens semanais bilíngues, em francês e inglês, no seu portal, com a análise do futebol profissional segundo diversos ângulos. Os *posts* amparam-se em algoritmo criado especialmente pelo CIES e baseiam-se em estudos de caso cujas temáticas variam a cada semana. As informações são endereçadas ao público geral, através de duas redes sociais principais, o Facebook e o Twitter, além de um *mailing list* com alcance internacional.

A atualização regular de números sob a forma de infográficos e a introdução de dados novos acerca do cotidiano futebolístico na Europa<sup>4</sup> dão destaque a duas áreas de intersecção, que recebem maior atenção da equipe do *FO*. São elas a economia e a demografia. Estas orientam-se por métodos de aferição da performance, tanto coletiva quanto individual, dos jogadores, vinculados por sua vez a um conjunto definido de clubes, ligas e campeonatos. Outra vertente desenvolvida dedica-se à mensuração de valores de passe desses atletas no mercado internacional.

O *Weekly Post*, como é conhecido, acumula oito anos de existência e conta desde então com quase trezentas publicações, que podem ser agrupadas em algumas séries. Como acontece em todo o processo institucional, sua produção seriada tem sofrido ajustes, adaptações e aperfeiçoamentos ao longo do tempo. Se antes vigoravam publicações semestrais de verão e inverno, intituladas de *Annual Review*, publicadas de modo impresso sob a forma de livro, de capa dura e confeccionado em alta qualidade, a partir de 12 de março de 2012 o *FO* mudou sua estratégia.

Adaptando-se à “digital football cultures”,<sup>5</sup> o modelo hoje vigente traz veiculações curtas, dispostas por sua vez em intervalos semanais. A página *online* é publicada com regularidade e, se em um primeiro momento, aportava informações circunscritas ao chamado *Big 5*, isto é, às cinco ligas de futebol profissional europeu mais importantes, com alcance extracontinental e com movimentações econômicas mais vultosas, nos últimos anos a malha de alcance tem-se dilatado e abrange um total de 35 ligas futebolísticas.

---

<sup>4</sup> BOLOTNY. *Données de cadrage sur le football en Europe*.

<sup>5</sup> LAWRENCE; CRAWFORD. *Digital football cultures*.

CIES Football Observatory nº313 - 16/11/2020

## Weekly Post

Performance Tweet

**Best heading defenders: Zouma at the top, Maguire 3rd**

Issue number 313 of the CIES Football Observatory Weekly Post presents the 100 players from the 10 best European leagues who won the highest percentage of aerial defensive duels since the start of the season. Chelsea's centre-back Kurt Zouma tops the table with 26 aerial duels won out of 27 (96.3%). Berat Djimsiti (Atalanta) and Harry Maguire (Manchester United) complete the podium.

Often criticised by his own supporters, the English international Harry Maguire lost only three defensive aerial duels out of 30. With 90% of defensive aerial duels won, he has the second best ratio in the Premier League ahead of Yerry Mina (Everton), James Tarkowski (Burnley), Jonny Evans (Leicester City) and Tyrone Mings (Aston Villa).

The five youngest footballers in the top 100 are all born in the year 2000: Loïc Badé (RC Lens), Matteo Lovato (Hellas Verona), Arthur Theate (Ostende), Sven Botman (LOSC Lille) and Tommy St. Jago (Utrecht). Only players having won at least 20 defensive aerial duels were included in the rankings elaborated using the data of our partners [InStat](#).



**Fonte:** imagem extraída do sítio da instituição: <https://football-observatory.com/>.<sup>6</sup>

A criação de um algoritmo para os estudos conjunturais do mundo esportivo e do mercado do futebol fez com que o CIES associasse-se inicialmente aos serviços de fornecimento de dados esportivos da *Opta Pro Sports*, empresa sediada em Londres, criada em 1996, com escritórios em diversas cidades da Europa. Se não é o único fornecedor de dados ao “cliente” CIES, deve-se pontuar que foi este o primeiro e desde então continua ser contratado pelo Centro para prover a seriação das informações que se quer observar e sistematizar.

Apesar da existência de determinados blocos temáticos de interesse recorrentes, a diversidade de assuntos do Observatório é notável e atende à necessidade, estabelecida pelo próprio Centro, de oferecer novos indicadores a cada semana. A regularidade semanal relaciona-se à demanda de notícias impostas pelo ritmo, pela quantidade e pelo calendário futebolístico europeu. De todo modo, a despeito das variações, algumas constantes são percebidas com o passar das publicações.

---

<sup>6</sup> Todas as imagens a seguir reproduzidas foram extraídas do sítio da instituição: <https://football-observatory.com/>.

**Percentage of aerial defensive duels won**  
Top 10 European leagues (UEFA ranking). At least 20 defensive aerial duels won since the start of the season.

Leagues

% won	Player	Club	League	Total	Won
96.3%	Kurt Zouma	Chelsea FC	ENG	27	26
95.7%	Berat Djimsiti	Atalanta BC	ITA	23	22
90.0%	Harry Maguire	Manchester United	ENG	30	27
88.0%	Raphaël Varane	Real Madrid	ESP	25	22
88.0%	Pablo Nascimento	Girondins Bordeaux	FRA	25	22
88.0%	Sebastian Holmén	Willem II	NED	25	22
87.5%	Olivier Boscagli	PSV Eindhoven	NED	32	28
87.5%	Jhon Lucumí	KRC Genk	BEL	24	21
87.5%	Lorenzo Tonelli	Sampdoria UC	ITA	24	21
86.2%	Yerry Mina	Everton FC	ENG	29	25
86.1%	Loïc Badé	RC Lens	FRA	36	31
85.7%	James Tarkowski	Burnley FC	ENG	28	24
85.7%	Aleksandr Putsko	Akhmat Grozny	RUS	28	24
84.9%	Salif Sané	FC Schalke 04	GER	33	28
84.8%	Vedran Ćorluka	Lokomotiv Moskva	RUS	46	39
84.6%	Jonny Evans	Leicester City	ENG	26	22
84.6%	Dante Bonfim	OGC Nice	FRA	26	22
84.0%	Filip Uremović	Rubin Kazan	RUS	25	21

Dentre os tópicos principais observados, podemos mencionar a quantificação do número de temporadas em que um jogador permanece em determinada agremiação. À primeira vista, tais números soam aleatórios, quando desacompanhados de uma análise correspondente. Os dados em si não indicam o sentido do que se quer ou do que se pode investigar. Assim, para o pesquisador, os números relativos à permanência de um jogador em um clube permitem inferir de modo mais genérico o grau de estabilidade – leia-se tempo de permanência em uma equipe – oferecido pelo futebol contemporâneo europeu aos seus atletas.

A criação desse dado numérico tem, pois, implicações analíticas seja para a carreira pessoal do atleta – quão estável é a permanência em um clube – seja para os resultados de uma equipe em campo. A resposta à pergunta acerca das vantagens da manutenção de um elenco coeso no sentido de otimização de vitórias e

conquistas é uma forma hodierna de observar como o mercado de transferências se estrutura. Trata-se também de um modo de observação da dinâmica de mobilidade de atletas e das tendências assumidas pelas equipes ao longo do tempo.

O exame do método instituído pelo CIES mostra que o *FO* decompõe estas informações por meio de infográficos comparativos entre as cinco ligas mais ricas, além de um escalonamento entre o máximo e o mínimo de tempo que um jogador individualmente permanece em um clube. Ao mesmo tempo, a premissa do *FO* é de que a permanência e a valorização em um clube se relacionam à performance de determinado futebolista na sucessão das temporadas competitivas.

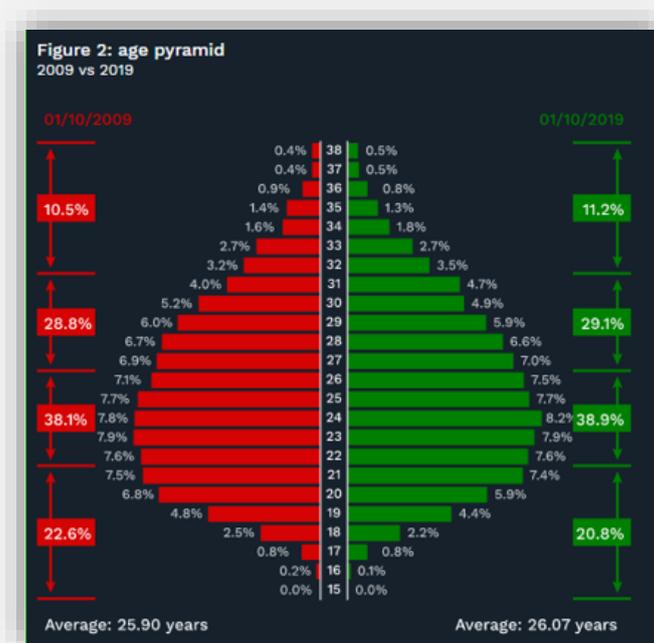
A relatividade do valor no mundo esportivo oscila consoante variáveis que o Observatório considera passíveis de racionalização. O acompanhamento do desempenho é dinâmico e ininterrupto e pode ser feito pelo *FO* através da criação de indicadores de produtividade dos atletas. A mensuração dos noventa minutos de jogo ao longo de uma temporada – intervalo de tempo de uma competição que na Europa estende-se de agosto de um ano a junho do ano seguinte – permite perfilar o desempenho de um jogador para fins quantitativos.

Já as cifras impressionam em sua magnitude e tendem a crescer com o passar dos anos. Em 2015, por exemplo, os gastos apenas com as taxas de transferências por clube no *top five* da Europa – mencionem-se quatro apenas: Real Madrid, Manchester City, Manchester United e Paris Saint-Germain – variavam entre 30.7 € milhões e 27.1 milhões de euros. No início de 2016, o Observatório define um algoritmo para elaborar o ranking com os cem jogadores mais caros da temporada. Atletas como Lionel Messi, Neymar Jr. e Cristiano Ronaldo figuram na ocasião com os valores de 250.7 € milhões, 152.7 € e 114.0 €, respectivamente.

No cotejo com seis meses antes, a valorização do passe de Neymar, para ficarmos com o caso de um atleta brasileiro, é acrescido em mais 59 milhões de euros. Os números apontam que, em janeiro de 2020, o jogador francês Kylian Mbappé atingia a extraordinária cifra de 265 € milhões. Ainda de acordo com esse levantamento, publicado pelo *post* de número 279, naquele ano 166 atletas valem mais de cinquenta milhões de euros no mercado europeu.

Importa salientar que a decomposição calculada é análoga ao critério anterior e segue as cinco diferentes ligas europeias, com os clubes representados pelos

atletas e com os futebolistas considerados mais representativos, numa hierarquia que vai de mais a menos. Médias ainda mais específicas podem ser mensuradas, a exemplo da altura, do peso e da idade dos atletas, com seguimento de padrão para as outras séries avaliadas semanalmente.



As categorias são úteis de igual maneira para decompor unidades tomadas inicialmente em seu conjunto. As faixas de idade são enquadradas em consonância com a média ativa da carreira dos atletas. As divisões escolhidas vão de abaixo dos 22 até acima dos trinta anos, em um total de cinco categorias, que permite escalonar quão jovens, quão maduras ou quão “provetas” são as equipes.

Os futebolistas também são categorizados segundo o posicionamento básico em campo. Para fins de enquadramento, dividem-se em três grupos – defensores, meio-campistas e atacantes. Outrossim, subgrupos mais específicos podem ainda ser identificados em cada uma das três camadas divisórias, a exemplo de laterais, meias ofensivos e de pontas para o primeiro, o segundo e o terceiro grupos, respectivamente.

Os atletas estrangeiros atendem à categoria de “não-nacionais”, quando originados de outro país do continente, e de “não-continentais”, quando o jogador é de origem extra europeia. Frise-se assim que o pressuposto do Observatório trabalha com a centralidade econômica e cultural da Europa quando se trata do profissionalismo no futebol, haja vista a visibilidade, o poder e a concentração de

investimentos por estes catalisados no topo da pirâmide de tal sistema. De todo modo, a abrangência das ligas europeias (mais de três dezenas) e a ambição longitudinal e latitudinal na coleta da massa de números aportados pelo Observatório saltam à vista de imediato.

Apesar de um escopo pré-determinado, definido por um algoritmo e um método próprios, o detalhamento parece sem limites para as variáveis, que podem ser exploradas pela ciência de dados. Conforme já dito, a objetividade dos dados serve tanto aos aficionados clubísticos e aos profissionais do esporte quanto aos pesquisadores e comentaristas esportivos. Pode-se, ainda como exemplo das minúcias com que se tabula esse universo, mensurar a acurácia das competições e das equipes que fizeram uso da substituição de jogadores no elenco durante os noventa minutos de jogo; os atletas que começaram em um clube no início da temporada e se transferiram para outra agremiação no decorrer da competição; os elencos mais jovens que obtiveram melhores resultados num intervalo de três anos. E assim indefinidamente.

Retoma-se aqui a questão da consultoria e da pesquisa social aplicada. O Observatório nasce em 2005, com um objetivo científico de compreensão da realidade social do futebol. Os três geógrafos que constituem a equipe justificam sua criação como uma necessidade de lidar com *big data* por ocasião de suas pesquisas de doutoramento. A experiência do Observatório transcende o meio acadêmico e desenvolve o interesse por uma gama de produtos oferecidos.

Em quinze anos de existência, seu público-alvo amplia-se e contempla igualmente os agentes e partícipes do futebol. Estudos e relatórios passam a ser encomendados à equipe do FO, por parte de entidades como a UEFA, a *City Football Group* – empresa vinculada ao Manchester City e à Abu Dhabi United Group –, o Chelsea, Club Atlético de Madrid, o Sport Lisboa Benfica, o Olympique de Marseille e a Federação Suíça de Futebol, para ficarmos com os exemplos mais emblemáticos.

Em livros e publicações assemelhadas, o CIES apresenta uma versão institucional oficial. Nesta, assume-se que o papel e o conhecimento gerados pelo Observatório influenciam nas práticas de *compliance* e de boa governança no meio

esportivo.<sup>7</sup> Embora se defina como um centro de pesquisa, ensino e consultoria independente, deve-se frisar que a FIFA é a entidade chanceladora no surgimento do CIES e o orçamento deste é aprovado e renovado a cada cinco anos pela Federação Internacional de Futebol Associado, sediada em Zurique.

Ou seja, a criação de um método e o monitoramento dos indicadores não deixam de influenciar e de impactar o meio, mas também tem por efeito o beneficiamento do CIES com a estrutura e com as entidades que examina, evidenciando uma atitude e um compromisso “interessado”.

Pode-se ponderar que não se trata de opor Academia a mercado, ou ciência a opinião pública. O gradiente transita de um extremo ao outro do espectro e comporta também intersecções e complementariedades. A evolução institucional do Observatório aproxima-se de um caminho intermediário, pois a busca pela produção de conhecimento não se dá, conforme salientamos acima, de forma desinteressada. Este espaço de observação da conjuntura esportiva, com sua tríade primordial de análise – geográfica, demográfica e financeira –, constitui ele próprio um ator do meio, capaz de engendrar padrões e séries classificatórias. Por conseguinte, seu método orienta estratégias de ação, que se abrem por sua vez aos agentes de posse dos números em questão.

Além dos gestores, a dimensão técnico-tática dos estrategistas do jogo é beneficiada com a criação de tais indicadores futebolísticos. Há o entendimento de que a apropriação das estatísticas em tela diminui a tendência à improvisação e à aleatoriedade dos agentes interessados, sendo, portanto, uma contribuição em potencial ao incremento do profissionalismo. Como cada vez mais o planejamento tático requer estudos prévios dos adversários, aceder aos dados fornecidos pelo FO afigura-se de notável utilidade às comissões técnicas na preparação e nos treinamentos.

Os elementos econômico-financeiros são ainda mais úteis ao meio. A assinatura de contratos e seu tempo de duração podem beneficiar-se dos indicadores levantados pelo Observatório. Este assume que é possível racionalizar um conjunto de práticas muito propícias a atividades especulativas. Para tanto, instituiu um mecanismo para calcular o valor estimado de um jogador conforme sua

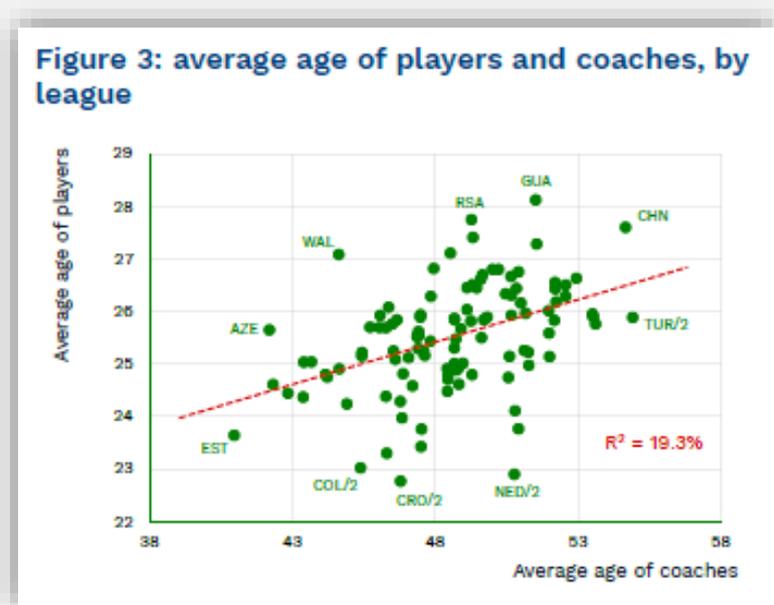
---

<sup>7</sup> BOILLAT; POLI, 2014; MARTSON. *Governance Models across Football Associations and Leagues*.

performance, e não segundo os ditames da especulação e da precificação abusiva. Assim, em intervalos regulares, ou durante a chamada “janela de transferência” aberta a cada temporada, o FO divulga os valores estimados dos atletas, de modo a criar um horizonte comparativo e de apreciar o *gap* entre aquilo que se estima e o preço que se concretiza.

De acordo com a equipe responsável, a maior incidência de buscas no sítio do Observatório recaía naquele momento sobre o mercado de transferências, cujo acesso indicia o interesse em obter informações sobre os valores de compra e venda do passe de centenas de futebolistas valorizados e concorridos mundialmente.

A quantificação do valor de passe é atrelada pela metodologia do CIES à performance em campo, em detrimento da pura e simples especulação dos mercadores da bola. Mas quando se analisa a performance dos atores do futebol, não apenas os jogadores são abordados. O FO interessa-se igualmente em examinar a figura do técnico de futebol. A participação e o desempenho dos treinadores, cada vez mais protagonistas do espetáculo esportivo, cuja imagem individualizada tem sido valorizada com o passar do tempo, são alvo de atenção. Engendram-se referências para metrificar os sistemas táticos propostos, a distribuição da equipe em campo e a variação de jogadas ao longo da partida. Veja-se a seguir apenas um exemplo:



O corolário dessa metrificacão repercute no valor do técnico no mercado. Assim, a estabilidade do treinador, isto é, o tempo de permanência em um clube, é

uma importante dimensão quantificada. Se a longevidade é indicada a partir do número de meses em que o técnico permanece em uma agremiação, o indicador permite comparar quais nomes são mais estáveis segundo equipes e ligas distintas. Este dado dá margem a um debate canônico no meio, quanto à relação entre resultados e desempenhos derivados da duração (curto, médio e longo prazo) e o desenvolvimento de determinada proposta de jogo – “filosofia” é uma palavra nativa – por parte de um treinador.

A medição de desempenho por posições destacadas no tabuleiro do gramado também é proposta e aferida com regularidade. O goleiro, em particular, é medido segundo um grupo de indicadores próprios: o número de gols sofridos e a frequência de intervalo entre estes, a quantidade de bolas salvas ao longo de uma partida e em determinado conjunto de jogos. Em 2016, por exemplo, o goleiro Manuel Neur (Bayern Munich) foi ranqueado com o melhor desempenho nesse quesito. A verificação de tal tipo de performance (KPI – *Key Performance Indicator*) também é aplicada, com outros critérios, a defensores, meio-campistas e atacantes.

Um aspecto que será mais explorado à frente diz respeito à presença de jogadores procedentes de outras nacionalidades no Big-5 da Europa. Esta é uma dimensão cara ao futebol contemporâneo, na esteira da legislação europeia que regulamenta o futebol, modificada a partir de dezembro de 1995, com o famoso *arrêt* (caso) Bosman. Trata-se de alusão ao ex-futebolista belga Jean-Marc Bosman, pertencente originalmente ao clube Standard Liège, que conseguiu no Tribunal de Justiça Europeu o direito de atuar outro país da Europa, sem o cerceamento da cláusula que limitava em três o número de atletas “expatriados” – termo utilizado pelo Observatório para futebolistas formados em clubes de outros países – por equipe.

Segundo o pesquisador Jean Pascal Gayant,<sup>8</sup> a Corte europeia tomou duas decisões capitais para selar o destino da economia política do futebol: a ilegalidade das indenizações das transferências ao fim do contrato, em nome da livre circulação dos trabalhadores no seio dos países formadores da União Europeia, e a improcedência da regra de limitação dos atletas não pertencentes à Comunidade. Como se sabe, a dupla decisão judicial contribuiu para acelerar o ritmo das

---

<sup>8</sup> GAYANT. *Économie du sport*.

transformações econômicas e para a elevação vertiginosa dos salários dos jogadores transformados em *superstars*.

Com efeito, a legislação permitiu a circulação de jogadores europeus no interior do Mercado Comum Europeu e recolocou o debate em torno dos contornos do protecionismo e do liberalismo no futebol, em favor deste último. A medida, de fins do século XX, é considerada o momento inaugural para a queda de barreiras entre as ligas, com impulso decisivo à mobilidade de atletas pelos clubes do continente, mas também em escala intercontinental.

Tal processo, liberal em princípio, ensejou a livre concorrência, mas também a configuração de um clubismo concentrador, hiper-mercantil e multicultural. Este, por um lado, compõe-se de fundos de investidores emergentes do Catar, da China e de partes emergentes da Ásia. Por outro, o sistema é composto do recrutamento de futebolistas procedentes das mais diferentes nacionalidades do mundo, com a Europa a constituir o epicentro galvanizador do mercado mundial de transferências do futebol. A tendência à internacionalização dos clubes, com a presença de não-europeus nos *Big-5*, parece irreversível a partir de então.

O futebol absorve os condicionantes históricos da Europa moderna e contemporânea, conforme frisam os princípios constitutivos dos estudos acadêmicos sobre o tema, em sua relação com os demais continentes do globo, em particular com suas ex-colônias. Destarte, o avanço dos estudos refinou a percepção do futebol como mero “reflexo” mimético da economia e da política,<sup>9</sup> mas não se deixa de considerar a força vetorial dessas esferas de influência e as inter-relações entre tais universos.

Nesse sentido, a incidência de atletas procedentes de países africanos no futebol francês e inglês, por exemplo, chama a atenção da avaliação feita em maio de 2013. Por suposto, isso constitui um retrato circunscrito àquele ano, com a prevalência maciça de futebolistas que vêm da África na primeira divisão do futebol da França (13.2%). O dado pode ainda ser verificado na distribuição dos clubes de acolhida de atletas africanos, em que repontam agremiações como Rennes (34.5%), Valenciennes (27.3%) e Lille (27.3%), os três, por coincidência ligados a cidades do norte da França. Um dos procedimentos usuais do *FO* é montar a sequência desses

---

<sup>9</sup> GODDARD; SLOANE. *Handbook on the economics of professional football*.

“retratos” a cada ano, para que se possa acompanhar as médias anuais, tendo parâmetros comparativos.

Conforme indicado acima, o eixo de investimento mais recente do Observatório, sem deixar de manter a tradição de interesse pela geografia e pela demografia centradas no *mainstream* do futebol profissional europeu, incide no mercado de transações – compra e venda de atletas –, com a criação de um método capaz de medir as flutuações mercadológicas no preço internacional do passe de jogadores. O incremento no aporte de capital na esfera futebolística, com a entrada de corporações, de empresas de transmissão, de patrocinadores e de investidores financeiros internacionais, catapultou o valor dos contratos no meio.

O monitoramento dos valores pelo CIES não fica apenas à mercê dos interesses capitalistas, mas procura ele próprio, ao definir critérios para a definição de quanto vale um futebolista no mercado. Os cálculos criados pela equipe do Observatório permitem indicar se uma transferência é efetuada além, aquém ou igual ao valor mediano estimado. Em 2014, quando pela primeira vez isto foi proposta pelo *FO*, a aplicação agrupou as três categorias (acima, abaixo ou equivalente) para todas as transferências e taxas que ultrapassaram o valor de dez milhões de euros.

Se o coeficiente de influência política e de especulação financeira está presente – à maneira do que também sucede no mercado de arte, por exemplo – os pesquisadores não se eximem, contudo, de criar um algoritmo capaz de oferecer critérios estáveis ancorados na lógica do jogo e na performance do atleta, ainda que o meio especulativo se mostre refratário aos mesmos. A existência de uma racionalidade e previsibilidade, entendidas como princípios precários no universo dos jogos, a julgar pela tipologia quaternária do sociólogo francês Roger Caillois<sup>10</sup> – acaso, imitação, força e vertigem –, vai de encontro a um ambiente considerado muitas vezes como pouco transparente e eivado de atitudes deturpadoras da pedra angular do discurso da FIFA, com sua moral para os esportes modernos: o *fair play*.

Entre os ranques instituídos pela metodologia do *FO*, é possível mencionar a correlação entre o valor (*sub*, *iso* ou *sobre*) estimado de um atleta e a sua taxa de transferência, quando da rescisão de um contrato. Como não se trata de ciência

---

<sup>10</sup> CAILLOIS. *Os jogos e os homens*.

exata, dependente de uma série inesperada ou não totalmente controlável de variáveis, ainda que busque a exatidão ou o máximo de objetividade possível, o procedimento consiste em estimar o valor em milhões de euros. Em seguida, sistematiza-se a diferença de porcentagem entre o estimado em princípio pelo CIES e o efetivado na janela de transferências de cada temporada.

A base para tanto parte sempre de casos concretos, o que facilita o alinhamento em gráficos e tabelas de um conjunto de centenas de jogadores em atividade, com o escalonamento do mais ao menos bem pago. Além da verificação do que está posto no universo esportivo, há também hipóteses lançadas e que o *FO* procura responder. Propõe-se um campo de possibilidades criadas pelo observatório do CIES, que em seguida é verificado se procedem ou não a sua estimativa e o critério proposto.

Em decorrência de tal metodologia, o Observatório mostra-se apto a evidenciar as variações de força e fraqueza das cinco grandes ligas de futebol profissional, estratificando-as em recortes e camadas temporais de cada cinco anos. Isto pode ser efetuado pelo número de contratos assinados pelos clubes das cinco ligas no início das temporadas, com os respectivos valores médios das transações.

Junto às alternâncias de ascensão e descenso dos valores de mercado, estes últimos encontram-se da mesma forma correlacionados à composição das equipes, ao seu prestígio acumulado e à performance individual dos seus atletas. Assim, o acompanhamento contínuo da composição clubística e do desempenho em campo é computado em números, dados e cifras segundo as habilidades e potencialidades objetivamente avaliadas. As formas de representação desses números evoluem com o tempo do Observatório. As tabelas, figuras, “pizzas” e gráficos têm seu correspondente na cartografia e nos mapas capazes de visualizar para o grande público o arsenal numérico de que dispõe.

A atualização semanal de índices vale-se desse expediente de curto prazo temporal que é o *Weekly Post*. Assim, uma miríade de números é oferecida a cada semana, com um tipo de apropriação particular por parte do público-alvo, que se caracteriza pela heterogeneidade, conforme dito acima, e que um estudo de recepção caberia esmiuçar. Assim as constantes envolvem descrições numéricas do status do jogador, da coesão da equipe e da ambição do clube, sem que maiores análises e escrutínios sejam feitos em torno de tal numerologia.

Trocando em miúdos, as representações gráficas e as métricas visualizadas são apresentadas, mas há poucos elementos textuais correspondentes, para além de *leads* com a indicação de um tema-chave, sob a forma de um título chamativo, associado a um, dois ou no máximo três parágrafos por publicação.

A ausência, ou presença diminuta de textos explicativos, não é casual, pois as postagens semanais vão de par com uma produção seriada do Observatório, publicada todos os meses. Assim, é outro produto, o *Monthly Report*, que se encarrega de um maior nível analítico – ainda que sem aprofundamento acadêmico – acerca dos dados produzidos. Veremos a seguir como se estruturam os Relatórios Mensais e procuraremos mostrar doravante a sua representação visual correspondente.

### **ANÁLISE MENSAL DE INDICADORES FINANCEIROS**

Um dos diferenciais do Observatório do Futebol, se comparado aos milhares de outros endereços eletrônicos – acadêmicos ou não – voltados à mineração de dados da indústria esportiva, consiste na capacidade de criar produtos e de instituir formas constantes de referenciar a realidade da prática futebolística, notadamente aquela de alto rendimento e de maior apelo midiático global.

Ao invés de armazenar fontes já dadas ou de replicar informações preexistentes, como as fornecidas pelos meios de comunicação que cobrem esportes (jornal, rádio, televisão e plataformas digitais), trata-se de propor uma metodologia seriada e própria, até o momento sem concorrentes no mercado e sem paralelo da mesma envergadura no ambiente acadêmico, para monitorar as tendências e as diretrizes do profissionalismo esportivo.

Números absolutos e relativos são esquematizados, com a disposição visual de desenhos de linhas e curvas. Os diagramas, histogramas e outros recursos configuram um sistema de representação de uma série de informações que têm de ser acompanhadas diária, semanal e mensalmente, em função do calendário de torneios e competições, e que na atualidade distendem-se por quase todos os dias da semana. O esquadrihar dos dados, por meio de tabelas, setas, retas e ângulos curvilíneos, ascendentes ou descendentes, é o modo da apresentação ao grande público e aos especialistas dessas informações passíveis de reprodução infográfica.

A correspondência entre a econometria do dado positivo e o conhecimento científico da realidade social necessita, não obstante, de uma regularidade para o seu adensamento. Em vista dessa demanda, o *FO* cria, a partir de 2015, uma série de postagens publicadas a cada mês. Ela surge como uma espécie de complemento e contrapartida à existência das postagens semanais, sendo uma forma de contextualização mais circunstanciada dos números divulgados pelo hebdomadário do próprio CIES.

Tanto as postagens da semana quanto as do mês foram concebidas e fixaram-se nos últimos anos em alternativa ao tipo de publicação preexistente do Observatório, restrito a estudos anuais – o *Annual Review* e o *Demographic Study* –, publicados entre 2005 e 2014 sob a forma impressa, em janeiro e junho de cada ano, respectivamente.

O encurtamento do intervalo temporal foi uma evidente estratégia de ajuste de *timing* do Centro ao cotidiano e à celeridade de informações no mundo contemporâneo. O intuito dos Relatórios Mensais é relatar, conquanto de modo não aprofundado (os autores referem-se a um *brief overview*), em linhas gerais as tendências e o que tais indicadores têm a dizer sobre a prática profissional. Enquanto os *Weekly Posts* careciam de texto – ou mais à frente se restringiram a apenas três sucintos parágrafos –, os Relatórios Mensais – doravante RMs – possuem uma extensão que varia de cinco a dezesseis páginas, sempre acompanhadas de ilustrações e de quadros visuais, como se verá a seguir.

Desde a sua criação, há seis anos, foram produzidos mais de cinquenta *Monthly Reports* e uma das minhas atividades no primeiro bimestre de 2020 foi a leitura seriada do conjunto dessas postagens. Mais uma vez, esse produto é franqueado por meio de conteúdo aberto, digital e compartilhado, acessível a todos em seu sítio, procedimento que inexistia com as publicações anuais anteriores. Como a finalidade do presente artigo é menos o dado informativo futebolístico propriamente dito e mais a apreensão do método estatístico elaborado, vamos cingir-nos nesse item a apresentar de que modo a metodologia destes pesquisadores se fundamentou. Assim, discorre-se aqui sobre a súmula metodológica estabelecida e aplicada pelo Observatório na última década, com a consequente análise de sua postagem mensal.

A propósito, lembre-se que, assim como os *posts* da semana, as veiculações do mês gravitam em torno dos três pilares: Demografia, Performance e Mercado de Transferência. Para a presente seção analisaremos dois pilares, o performático e o

financeiro, deixando o demográfico para o item subsequente, quando apresentaremos o Atlas da Migração, um produto à parte, criado e disponibilizado pelo CIES.

Vejamos a seguir um eixo fundamental, e de impacto crescente no meio futebolístico. Trata-se de mostrar o método que propicia elaborar os números estimados e reais do mercado financeiro internacional de transferência de jogadores. Deve-se salientar que o modelo econométrico desenvolvido começou com uma amostra de 1.500 jogadores transferidos ao *Big-5* europeu a partir da janela de compra/venda do verão da temporada 2009/2010 e desde então tal base amostral vem sendo ampliada e sofisticada para fins de análise em profundidade.

A base estatística para o cálculo do valor de transferência inclui as múltiplas variáveis relacionadas às seguintes “áreas” /competências: idade, tempo de contrato, posição, performance do jogador no clube e nas temporadas anteriores (jogos, minutos, gols, assistências, passes, interceptações etc.), resultados do clube a que pertence, experiência internacional e resultados do selecionado nacional que representa. Com vistas a garantir a transparência e a solidez dos dados estimados, o Observatório via de regra coteja a projeção de seus números com aqueles efetivamente implementados, ou reportados pela mídia, na transação.

De posse da metodologia, a confecção e a análise dos Relatórios Mensais facultam monitorar as variâncias assumidas pela mercadoria em questão (os jogadores). Conforme já dito aqui, a ferramenta é reiterada pelos pesquisadores como uma contribuição inédita no combate à inflação, à especulação pecuniária e mesmo à corrupção que ronda o mercado de transações de atletas por clubes multimilionários, apossados cada vez mais por fundos de investimento e manietados por corporações capitalistas globais.

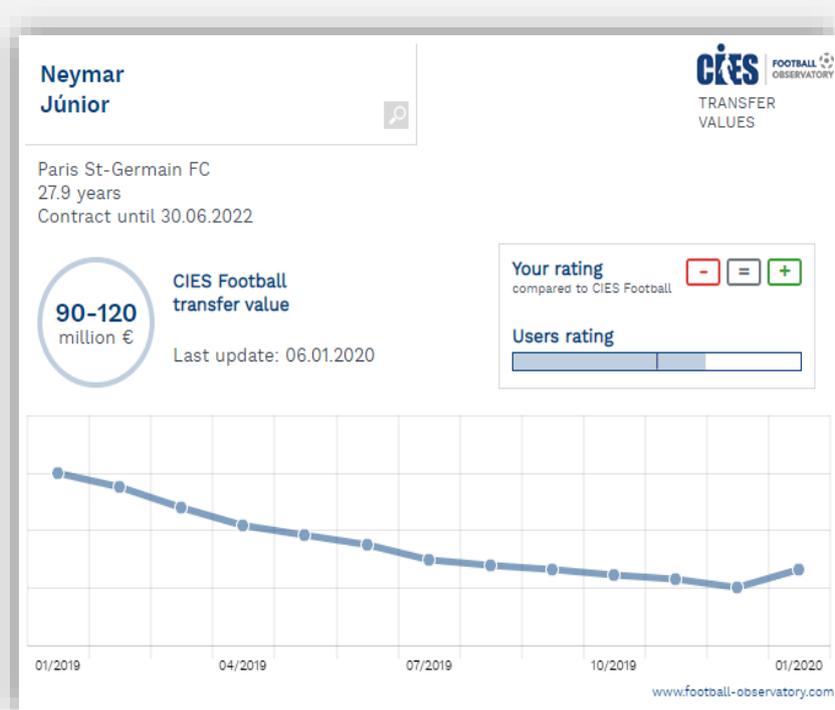
Convém então indagar: como é possível uma avaliação segura e científica do valor de transferência de um futebolista? Reconhecendo o crescimento econômico vertiginoso do futebol profissional, com uma cadeia de produtos agregados, o objetivo dos estudiosos do Observatório é, a partir da Performance, prever e calcular quanto custa (ou merece custar) o passe de um jogador e a indenização associada à compra/venda de um atleta.



Em face da dificuldade contábil de mensurar com objetividade o valor de um contrato, em razão de interesses escusos, de subterfúgios e de sua contínua escalada inflacionária, esse domínio foi o último a ser estruturado pela equipe do FO. Este órgão começou a se debruçar sobre tal metodologia no ano de 2010 e, desde 2015, aplica seu monitoramento de maneira sistemática.

Os organizadores admitem que até então pairava certo ceticismo quanto à capacidade dos mesmos de implementar critérios nesse vasto campo de investigação com resultados objetivos convincentes. Logo, no entanto, observaram que a abordagem da econometria é capaz de indicar o grau de racionalidade do futebol, colocando seu mercado de transferência num horizonte mais realista e menos estratosférico, segundo a sanha de agentes predatórios do meio.

Segundo dados da FIFA, em 2014, clubes profissionais despenderam 3.6 bilhões de dólares em taxas de transferência no recrutamento de futebolistas. Agregando transferência de atletas da mesma associação nacional, o CIES estima que esse valor ultrapassa a quantia dos 5 bilhões. Ao contrário do que parece à primeira vista, a maioria das transações segue uma lógica previsível, passível de modelização, que o CIES constrói e dá a conhecer para os atores envolvidos.

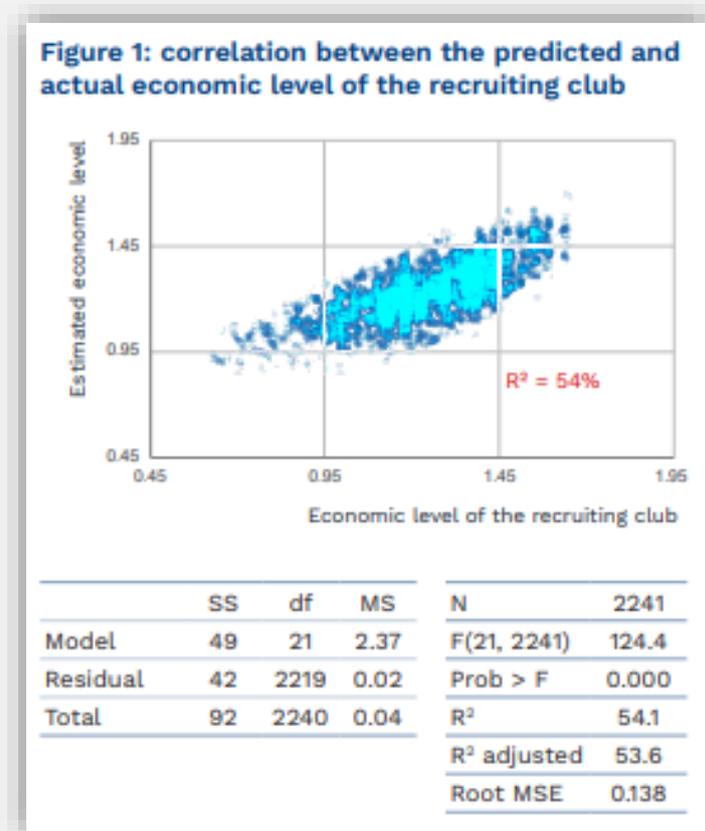


Em contexto assaz dinâmico, o maior desafio do ponto de vista preditivo ou projetivo assenta na capacidade de sondar as fontes de monetização da mercadoria em que se tornou o atleta global e de antecipar o nível de inflação de custos. A dificuldade é maior porquanto a elevação de valores não intervém de maneira linear no tempo, de acordo com esse segmento de mercado. Entretanto, como os preços determinantes são estáveis, tal elevação não compromete a relevância da abordagem desenvolvida, ao menos conforme assegura a equipe do Observatório.

A previsão de interesse na compra e venda de jogadores está subordinada à situação econômica do clube comprador e daquele vendedor. A avaliação do tipo de clube adequado coaduna-se ao perfil e à performance do futebolista em questão. O primeiro passo do método é estipular o que chamam de “regressão multilinear”, cuja variável dependente é o nível econômico de recrutamento do time. A amostra utilizada compreendeu quase 2.500 taxas de pagamento de indenizações nas ligas do Big-5 entre 2011 e 2018. Desde então, a base de dados é renovada a cada 6 meses, por ocasião da chamada “janela de transferências”, em geral no início de cada temporada, ou seja, entre julho e agosto.

O descarte de valores atípicos permite ao modelo estatístico multivariado estimar o mais próximo nível econômico do clube. São 21 variáveis, que avaliam determinados traços do atleta, tais como: atividade nos clubes e nos selecionados nacionais; resultados destes clubes e seleções; idade e posição em campo; liga a que se vincula; nível econômico do clube comprados.

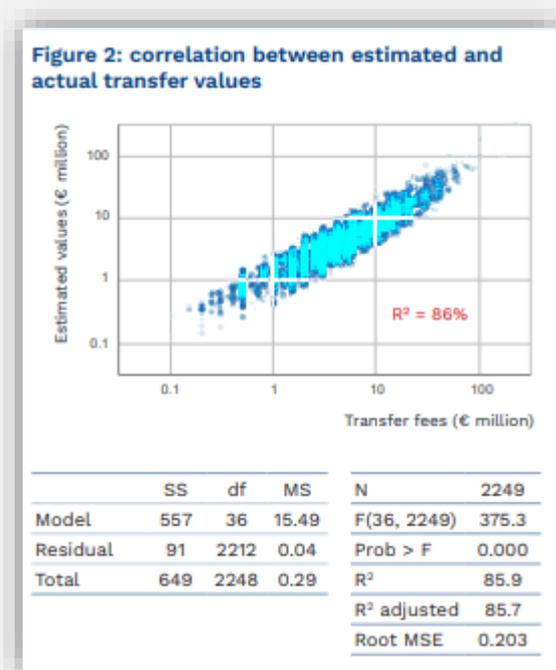
A solidez do modelo obtido e de suas capacidades antecipatórias baseia-se no chamado Teste Fischer F. Graças a esse teste, é possível correlacionar em 54% o interesse dos clubes recrutadores com o nível atual observado nas transferências da série amostral:



Além da previsão de interesses, encontra-se a previsão de valores. Esta predispõe-se a cotejar os *gaps* entre os valores estimados e os efetivamente reportados. As estimativas também seguem a linha de regressão múltipla e seu número de variáveis é de 36, maior, portanto, que o primeiro quesito (21 variáveis). Afora os itens compreendidos na previsão de interesse, a previsibilidade de valores

leva em consideração outros quinze fatores, como: duração do contrato; ano de transferência; valor da reserva; status de empréstimo; nacionalidade do atleta; nível econômico de recrutamento do clube.

Após a desconsideração de casos fora da curva, a amostra contempla 2.249 transações, com probabilidade de erro inferior a 1%. Em 5 anos, desde o início do emprego do método no *Big 5* europeu (2013), ainda com técnicas rudimentares, a correlação entre os números estimados e as taxas pagas nas transações tem logrado 75% de aproximação. O modelo construído tem aprimorado com o tempo sua avaliação científica, a ponto de, em 2018, o coeficiente ajustado atingir ( $r^2$ ) 86% de determinação alcançada:



Dotados dos critérios metodológicos que ensejam testar – nas partes e no conjunto, no nível individual e coletivo – os *Key Performance Indicators* (KPIs) e os valores financeiros de um jogador, os Relatórios Mensais aplicam tal método “holístico”<sup>11</sup> de abordagem para interpretar resultados, para projetar cenários e para abordar temáticas conjunturais da prática futebolística em seu calendário anual. Assim como as postagens da semana, aquelas veiculadas segundo a

<sup>11</sup> Termo empregado no original pelos responsáveis do Observatório: *holistic approach*.

periodicidade do mês procuram esmiuçar uma miríade de assuntos, valendo-se, de maneira inovadora, da técnica estatística.

#### **ATLAS DA MIGRAÇÃO: MÉTRICAS DEMOGRÁFICAS PARA O SISTEMA INTERNACIONAL DO FUTEBOL**

O terceiro e derradeiro item a ser examinado neste artigo – a mobilidade internacional de atletas profissionais – parte de uma realidade incontestada do século XXI. Esta mostra-se coetânea ao processo de espetacularização de uma profissão esportiva *sui generis*. Se a circulação de talentos remonta ao período do amadorismo, em princípios do século XX, a profissionalização do futebol nos idos de 1930 foi acompanhada por transações pontuais de jogadores oriundos de nacionalidades distintas e de diversos continentes para os clubes europeus. À guisa de exemplo, extraídos de um passado não tão remoto, citem-se o argentino Di Stéfano, o húngaro Ferenc Puskas e o brasileiro Didi, três craques reconhecidos que atuaram ao mesmo tempo no Real Madrid do final dos anos 1950.

Este artigo já aludiu a uma plêiade de fatores legislativos, competitivos, tecnológicos, midiáticos e empresariais que influenciam desde a virada para o presente século a configuração hodierna dos esportes, notadamente do futebol. Não cabe aqui nos alongarmos nas correlações entre a financeirização da economia do futebol e as teorias da globalização, que procuram explicar as transformações capitalistas e seus canais de penetração em diversas esferas do mundo contemporâneo.<sup>12</sup>

Sem embargo, não se pode descurar os nexos mais amplos do objeto de estudo com um contexto que, nos últimos 25 anos, passou a ser chamado de “era das migrações”, em que a mundialização vai de par com a aceleração, a diferenciação, a feminização e a crescente politização das migrações, conforme pontua Leonardo Cavalcanti e os demais organizadores do *Dicionário crítico das migrações internacionais* (2017). Dados oficiais da Divisão de População das Nações Unidas apontam mais de 240 milhões de migrantes internacionais no mundo, no censo do ano de 2015.

A dispersão matricial das causas e a fragmentação das consequências comprometem a tradicional abordagem dualista das relações entre desenvolvimento econômico e

---

<sup>12</sup> BOLTANSKI; CHIAPELLO. *O novo espírito do capitalismo*.

dependência cultural, ou se preferirmos aqui, de dependência esportiva. O modo imbricado pelo qual o futebol absorve e enfeixa as mutações estruturais do capitalismo renderia muitas considerações de ordem analítica para o entendimento do atual estágio multicultural em que se encontra a composição dos plantéis de diversos clubes europeus e também asiáticos (China, Austrália<sup>13</sup> e Península Árabe, em especial).

O fenômeno do multiculturalismo futebolístico é cada vez mais evidente e mostra-se nas feições de atletas e treinadores procedentes da África, da América do Sul e da Ásia. Em clubes da elite do futebol, como os da *Premier League*, estes integram uma mesma equipe e em algumas delas quase não se veem jogadores ingleses nativos. Assim como as migrações em massa na contemporaneidade, decorrentes de guerras civis, de fome, de pobreza e/ou de epidemias globais, atos de reação e repúdio à presença de imigrantes no futebol da Europa ocupam parte expressiva da pauta da opinião pública, a reportar casos frequentes de racismo e xenofobia das arquibancadas para os gramados.

Diante dessa situação à primeira vista paradoxal, uma pergunta se coloca: de que maneira é possível ter fundamentos científicos para mensurar os fluxos de entrada e saída de atletas em diferentes países do mundo?

Para uma fundamentação criteriosa, é preciso ponderar que os processos de transferência encontram hoje um campo fértil à atuação de uma série de entes intermediários, presentes nos bastidores do mundo (ou submundo) esportivo. Em princípio, a responsabilidade e o controle do *Transfer Matching System* (TMS) cabem a um setor regulatório específico da FIFA, entidade monopolística internacional do futebol.

De acordo com relatórios desta, cerca de 20% das transações do quadriênio de 2013-2017 valeram-se de ao menos um agente intermediário, números que chegam a quase 50% em casos de transferências efetuadas mediante taxas indenizatórias – a saber, com ruptura de contrato – na compra e venda de jogadores. Para que se tenha uma ideia do montante, clubes ingleses, por exemplo, despenderam mais de 1 bilhão de dólares em taxações cobradas por tais agentes intermediadores.

Os critérios de recrutamento desse mercado – interno e externo – variam segundo ano de nascimento, liga e perfil de jogador. Lugar de proveniência e país destinatário

---

<sup>13</sup> Embora situada na Oceania, a Austrália disputa competições internacionais do continente asiático.

tendem a se multiplicar e a se inter cruzar, sendo à primeira vista difícil monitorar todas as rotas e vias de acesso para a importação/exportação de “pés-de-obra”, muitos deles menores de idade. Pode-se evocar casos como o do jovem austríaco Nikon Jevtic, de 11 anos, atuante pelo Valência da Espanha, em 2005, ou a contratação do argentino Erik Lamela, à época com 12 anos, pelo time catalão Barcelona FC.

A dissolução da linearidade no sentido migratório e sua complexidade crescente vão além da rota unidirecional do Sul global rumo ao Norte, ou daquela denominada de “fluxo reverso” (da ex-colônia à ex-metrópole). A superação das teorias neoclássicas – mediante modelos de atração/expulsão (*push and pull*) – ou mesmo de abordagens demográficas tradicionais oitocentistas, como a geografia do alemão E. G. Ravenstein (1885) – é condição necessária para se compreender o caráter multifacetado da atualidade, bem examinado no supracitado *Dicionário crítico de migrações internacionais*:

Outras áreas do planeta se tornaram lugares de trânsito, já que os migrantes não se movem necessariamente entre dois países, de A para B. As migrações não se dão unicamente em jornadas lógicas ou pela rota mais próximas entre dois países. E a categoria migrante deve ser entendida de forma ampla, já que atualmente são diversificados os motivos e as formas das migrações: trabalho (temporário ou permanente, trânsito, união familiar, causas ambientais, aposentadoria, estudo, aspectos afetivos, gênero, conflitos e guerras, entre outros.<sup>14</sup>

Um aspirante brasileiro ou um jogador de segunda divisão no Rio de Janeiro pode, pois, receber proposta para atuar no obscuro campeonato futebolístico da Islândia. Já um jogador de maior projeção interna tem mais chances de aspirar por uma contratação em clube da rede de cidades globais como Londres, Tóquio, Nova Iorque ou Paris. Se o caráter móbil e assimétrico da conformação das equipes aquece o mercado financeiro de transações, seu corolário, poder-se-ia chamar nefasto, é um maior grau de instabilidade na coesão e no entrosamento dos times.

Assim, se por um lado tal estado gera aos agentes uma “causação circular cumulativa”, para falar com Gunnar Myrdal em 1957,<sup>15</sup> por outro seu reflexo repercute na dificuldade de estabelecer um padrão ou estilo de jogo satisfatório e compatível com o dispêndio financeiro investido.

---

<sup>14</sup> CAVALCANTI; BOTEGA; TONHATI; ARAÚJO. *Dicionário crítico de migrações internacionais*, p. 12.

<sup>15</sup> COSTA. *Anais do X Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em História Econômica*, p. 2.

A opção de muitos clubes *tops* europeus em favor da aquisição milionária de atletas, às expensas do investimento formativo nos mesmos em suas categorias de base, é outra decisão crescentemente associada à facilidade de extrapolação das fronteiras nacionais dos jogadores. Para os responsáveis pelo *FO*, que não se eximem de um posicionamento crítico diante das tendências concentradoras e acumulativas do capital no futebol profissional, este é um indicador negativo na consideração do quesito rendimento clubístico, pois concentra talentos, estratifica clubes e gera, por conseguinte, desequilíbrios entre os contingentes das equipes.

Acentua-se, pois, a existência de um ambiente desigual e segmentado. Este compromete os padrões de competitividade interclubísticos, haja vista o que acontece no campeonato espanhol da primeira divisão, *La Liga*, com apenas duas equipes vitoriosas (Barcelona e Real Madrid) que destoam de todo o restante nacional. Com efeito, no limite, a deterioração do equilíbrio competitivo na Europa perverte o sentido propositivo de um desenvolvimento sustentável que se almeja para o espetáculo do futebol, se concordarmos com os pressupostos “éticos” assumidos pelo Observatório.

Entrementes, nos últimos anos, clubes europeus que se tornaram marcas globais optaram pela criação de “colônias”, isto é, escolinhas de futebol nos países considerados centros de formação. Contornando a figura de agentes que se especializaram na intermediação da compra e venda internacional de potenciais virtuosos, estes clubes endinheirados ampliam seu raio de influência em busca de sua mercadoria – ou matéria-prima – em uma escala de recrutamento que, como já frisado, tanto reforça quanto borra as fronteiras nacionais.

O conhecimento dessa realidade ainda pouco explorada fez com que os geógrafos do Observatório do Futebol concebessem produtos cartográficos – mapas e atlas – capazes de informar, de ilustrar e de dispor visualmente esse fluxo contínuo e massivo de entrada e saída de atletas de ligas e de países, algo até então inédito na Academia e inexistente de forma regular no jornalismo esportivo.

Tal propósito vai ao encontro de um dos pilares axiais do projeto do *FO*, que consiste na quantificação de dados próprios à área denominada de Demografia do futebol. A questão demográfica tem início com uma pergunta de fundo de um dos membros da equipe de pesquisadores, em 2002, quando conduzia sua tese de

doutoramento em geografia acerca da rede de transferências de jogadores africanos. Neste contexto, Raffaele Poli depara-se com o vácuo e com a necessidade de elaborar dados estatísticos confiáveis e comparáveis a esse respeito, sendo um dos motivadores anunciados para a formação de um Observatório.

Nesta seção, apresentaremos a fundamentação científica e o projeto de uma cartografia apta a acompanhar a trajetória de idas e vindas de milhares de futebolistas pelo globo. O destaque aqui é dado a países como o Brasil, por se tratar de caso nacional mais próximo de nossa realidade e por se projetar como uma das nações com maiores índices de exportação de pés-de-obra. Está-se mesmo diante do líder consecutivo e absoluto na exportação de jogadores, a cancelar a aura do “país do futebol”. Nos cálculos do *FO*, o Brasil fornece quase um quarto dos expatriados (22.5%), que servem ao continente europeu, seguido por França e por Argentina.

Em concordância com o Observatório de Neuchâtel, entendemos que a ciência de dados aporta um conhecimento imprescindível à compreensão do fenômeno demográfico e qualquer tentativa de análise qualitativa que desconsidere tais números encontra dificuldades de apreensão da questão na contemporaneidade. Como se sabe, o termo *Data Science* foi originalmente inventado por William Cleveland em artigo de 2001 intitulado *Data Science: an action plan for expanding the technical areas of the field of statistics*. Nas duas últimas décadas, a ciência de dados, e os métodos quantitativos em geral,<sup>16</sup> têm mobilizado, com alguma resistência, pesquisas nas áreas de Humanidades e Ciências Sociais.

A considerar a evolução temporal da presença de jogadores estrangeiros nas cinco competições profissionais mais fortes da Europa, percebe-se a linha ascendente, com cada vez mais atletas de fora do continente. Comparações quinquenais regulares nos últimos trinta anos permitem observar que se, em 1985, pouco menos de 10% das equipes eram compostas por expatriados, em 2015 pouco mais de 45% do elenco de um time dessas ligas europeias não é oriundo do mesmo país.

Porquanto todas as sondagens indicaram um crescimento contínuo dessa porcentagem, pode-se inferir que em 2020 uma nova mensuração aproxima-se da ordem dos 50%. Em nome da cautela metodológica, ressalte-se que de 1995 em

---

<sup>16</sup> LEMERCIER. *Méthodes quantitatives pour l'historien*.

diante as cotas limitadoras de atletas estrangeiros por clube caem na legislação europeia, o que intensifica e aguça o processo crescente apontado.

Isso posto, cabe assinalar que as mensurações feitas desde 2009 apontam o Brasil<sup>17</sup> como o país ponta de lança na oferta e na diáspora de jogadores ao mercado não apenas das 31 ligas de futebol europeias, mas em escala mundial, nos diversos continentes apurados. Em 2013, por exemplo, jogadores brasileiros fizeram-se presentes em praticamente todas as ligas analisadas, à exceção de dois países, Bielorrússia e Escócia.

Em números totais para o ano de 2015, eis a listagem de exportação computada:

**Figure 2: main origins of foreign players in the world**

1. Brazil	1,784
2. Argentina	929
3. France	758
4. Serbia	607
5. Nigeria	596
6. Spain	497
7. Croatia	477
8. Colombia	440
9. Portugal	392
10. Senegal	377
11. Ivory Coast	370
12. Cameroon	366
13. Ghana	365
14. Bosnia-Herzegovina	363
15. Uruguay	354

The complete rankings are available on demand at [football.observatory@cies.ch](mailto:football.observatory@cies.ch)

<sup>17</sup> O autor agradece uma importante observação de um dos pareceristas anônimos, no tocante a valores relativos e absolutos. Segundo o avaliador, a comparação entre países necessita ser feita de forma relativa, dado o tamanho populacional do Brasil. Assinala que o mesmo raciocínio é extensível ao mercado nacional de futebol com maior quantidade de clubes e federações. E, frente à realidade de diversos países da América latina, o cotejo com o caso brasileiro se torna mais evidente. Se a participação dos atletas brasileiros é baixa na América Latina, considerando valores brutos, tal diferença tende a ser ainda mais discrepante, caso a análise seja conduzida de forma proporcional.

O modelo de um Atlas – seja Demográfico seja Migratório – vai sendo amadurecido ano a ano e alcança um patamar expressivo em 2015. Em outubro daquele ano, atinge-se uma base numérica volumosa, com uma amostra que impressiona. O recenseamento do Observatório extrapola o foco da Europa e adquire escala global, com dados levantados de 6.135 clubes, pertencentes, por sua vez, a 485 ligas de 183 países das quatro grandes áreas geográficas do planeta.



Esses números levam a outros maiores e massivos: um total de 18.660 jogadores estrangeiros, de 194 nacionalidades, são recenseados na base de dados do Observatório. O Brasil, como disposto acima, é o país mais representado, com quase dois mil atletas listados (1.784). Argentinos e franceses seguem atrás, com cerca de metade desses números (929 e 758, respectivamente). Dada a capilaridade e a reputação, os brasileiros são tidos por força de trabalho efetivamente global no futebol, com uma rede considerada estabelecida e estável.

Por razões históricas facilmente dedutíveis, Portugal afigura-se o principal país de destino de numerosos atletas brasileiros. Estes representam quase cinquenta por cento dos “expatriados”, atuantes na antiga metrópole (47.1 %). Mas há dados de nações menos previsíveis, como a Ucrânia, onde a presença brasileira também se mostra expressiva, com mais de um quarto (27.3%) dos “estrangeiros” provenientes do Brasil.

O Atlas também é capaz de mensurar a distribuição de futebolistas emigrantes brasileiros conforme a posição dos mesmos em campo (34% de defensores) e de acordo com a idade média de cada um (26.9 anos), o que permite comparações que identifiquem singularidades e semelhanças *vis-à-vis* dos outros países fornecedores de atletas, conforme mostraremos a seguir.

Veja-se a figura abaixo para, em seguida, extrairmos algumas observações:



A função do Atlas é prover sob a forma de representação figurada tais números, de sorte que há diversas imagens e colorações que auxiliam na transmissão dos números. A figura acima centra-se num caso específico, o brasileiro, país exportador por excelência, ao passo que o mapa seguinte adiciona a França e a Argentina, ocupantes do segundo e do terceiro posto no *ranking* dos países exportadores. Na sequência, contudo não figurados abaixo, destacam-se ainda dois países: a Sérvia, com 607 jogadores exportados; e a Nigéria, com 596.

A disposição gráfica dos Atlas confeccionados permite identificar os sentidos predominantes assumidos por cada país exportador. Destarte, o cotejo entre Brasil e Argentina traz observações relevantes, pois, enquanto o primeiro é capaz de

alargar sua malha para os quatro continentes, o segundo limita-se mais aos países vizinhos sul-americanos, aos pares latino-americanos (leia-se México) e à ex-metrópole, Espanha, cujas relações históricas, presume-se, facilitam o estreitamento dos laços comerciais, culturais e desportivos.

A constatação vai de par com o caso da expatriação de jogadores franceses, cuja órbita restringe-se às bordas vicinais do Hexágono, sem extrapolar fronteiras continentais. Em contrapartida, chama a atenção a tímida presença brasileira na América Latina (124 atletas), o que igualmente se deve à carência de maiores intercâmbios históricos, culturais e linguísticos, fatores de ordem extradepportiva. O país em que o futebol é o “esporte-rei” perde no ambiente latino-americano não só para Argentina (511), como também para Colômbia (306), para Uruguai (236) e para Paraguai (199).

Quinto lugar no ranqueamento de jogadores cedidos na América Latina, a posição inferior do Brasil torna-se, não obstante, superior quantitativamente na Ásia, onde destinou naquele ano 437 jogadores. Este continente é de longe o contingente mais representativo, seguido pelos jogadores africanos. Da África para Ásia, procedem atletas principalmente da Nigéria (127), da Costa do Marfim (57), de Camarões (53) e do Marrocos (44), que, somados, chegam a quase trezentos em 2015 no continente asiático. O fluxo interno da Ásia identifica Coreia do Sul (106) e Japão (85) na condição de países exportadores regionais dessa força de trabalho atípica.

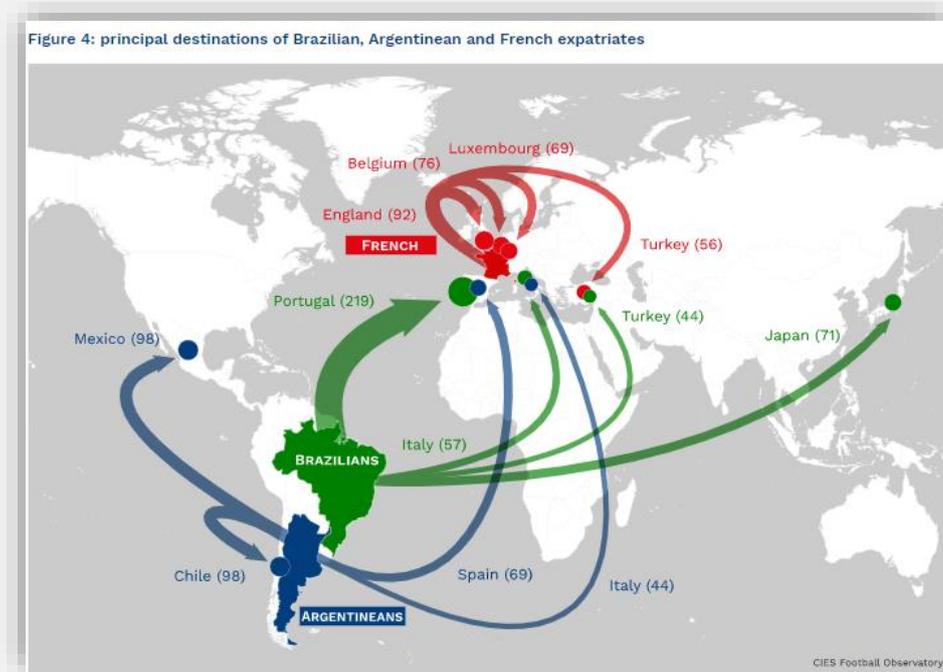
A superioridade brasileira verifica-se também no Velho Continente, com 1.134 jogadores oriundos do Brasil que têm contratos assinados em ligas profissionais. Já em ligas menos tradicionais, porém emergentes, como as quatro norte-americanas<sup>18</sup> consagradas ao *soccer*, a hegemonia também é brasileira (77), sendo seguido por Reino Unido (70) – antiga metrópole – e Jamaica (60) – ilha caribenha sob reconhecida influência estadunidense.

Passados dois anos, em primeiro de outubro de 2017, novo levantamento demográfico junto a 139 ligas de 91 associações nacionais converte-se no produto *Atlas of Migration*. Os números voltam a evidenciar as cifras superiores dos futebolistas do Brasil no mercado exportador. O recrutamento dos brasileiros

---

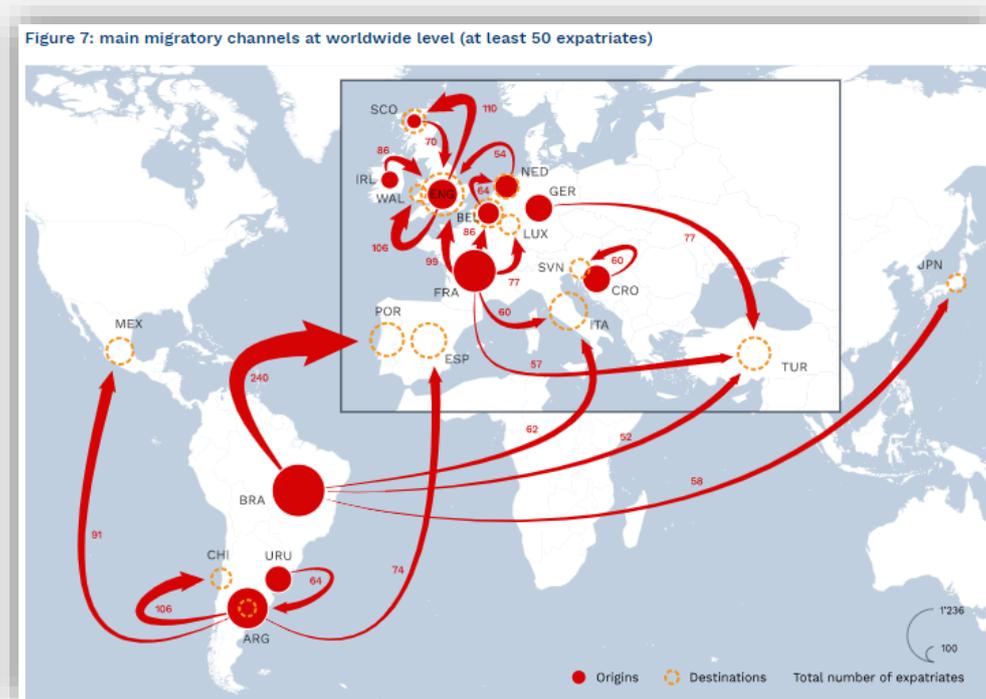
<sup>18</sup> Major League Soccer, North American Soccer League, United Soccer League e Premier Development League.

perfaz um total de 1.210 expatriados. Além da destinação previsível a Portugal (219), outros receptores de atletas nacionais chamam a atenção, como Japão (71), Turquia (44), Tailândia (36) e Malta (31).



Isso posto, mais uma mensuração é feita seis meses depois. Em primeiro de maio de 2018, o Observatório atualiza seu Atlas mais uma vez. O registro atinge 12.425 expatriados, pertencentes por seu turno a 2.235 times, de 142 ligas e 93 nacionalidades distintas. Destes, 1.236, isto é, 10%, são brasileiros, num acréscimo de mais 42 jogadores se comparados ao levantamento de 2017. Em novo recorde, os brasileiros fazem-se representar em 87 das 93 ligas de futebol espalhadas pelo mundo.

Em maioria na Ásia e na Europa, a circulação do Brasil apenas perde quando os números se voltam para as Américas, por motivos já tratados aqui. As relações de vizinhança continuam forte neste tipo de serviço e abastecimento, que transpõe lógicas das zonas de influência e da divisão internacional do trabalho. A título de exemplo, mencione-se que, no Reino Unido, a Inglaterra fornece 110 jogadores para a Escócia e, por seu turno, no Cone Sul, a Argentina cede 106 atletas para o Chile.



O estudo do processo migratório e do mercado futebolístico possibilita identificar a existência de ao menos três escalas de migração, a partir de critérios agrupáveis: uma zona de influência regional, que segue o princípio da proximidade/contiguidade e que se afigura a mais viável e frequente para a grande maioria dos países e continentes; uma zona permeada por relações entre países com relações históricas de colonização; e uma zona mais plenamente global, que independe das duas variáveis acima e é encarnada sobretudo no caso brasileiro.

Assim, o reconhecimento de um contexto hiper-globalizado não impede a verificação da permanência do grau de importância atribuído aos laços territoriais na configuração da maior parte dos países, cujo fluxo de circulação opera nas lindes do sistema internacional do futebol.

## CONCLUSÃO

Este artigo procurou apresentar e descrever o modo pelo qual o FO-CIES constitui um caso pioneiro de criação de indicadores futebolísticos nas duas últimas décadas. Buscou-se mostrar de que maneira o Centro pode ser considerado exemplar para

outros países, em especial para o Brasil, com a equipagem e a adoção de uma agenda de pesquisas em esportes e futebol que não descure da emergente ciência de dados.<sup>19</sup>

Procurou-se acima, junto à descrição da produção e da publicação dos levantamentos quantitativos, destacar potenciais rendimentos analíticos que a mineração de dados<sup>20</sup> – demográficos, performáticos e financeiros – enseja para o meio acadêmico em História e Ciências Sociais do esporte.<sup>21</sup> Parte considerável desta área de estudos interdisciplinar encontra-se ainda arredia à análise de números e estatísticas, rankings e índices provenientes das chamadas ciências duras,<sup>22</sup> mesmo em ambiente europeu.<sup>23</sup> Donde a permanência em uma certa zona de conforto, com interpretações textuais e análises de discurso calcadas em fontes secundárias ou em informações fornecidas pelo filtro da imprensa.

O artigo ora apresentado é fruto de um estágio de treinamento técnico que permitiu observar, *in loco*, o dia a dia de funcionamento do CIES, em geral, e do Observatório do Futebol, em particular. A convivência com funcionários e pesquisadores, sendo estes oriundos de diversas latitudes do mundo, possibilitou uma percepção mais direta do etos institucional, do perfil dos investigadores, bem como de seu *modus operandi*. Em especial, concedeu-se atenção às motivações do trio de geógrafos responsável por conceber, implementar e direcionar os rumos do FO nas duas últimas décadas.

Esses autores, em momento algum, refutam a proposição de uma atividade interessada de pesquisa, com o intuito edificante de “repousser les frontières de la connaissance au service du développement durable du football dans le monde”. Segundo Loïc Ravenel, idealizador do FO: “Cet outil nous permet de mieux comprendre le sport en general et nous donne des pistes pour l’aider à mieux fonctionner, aussi bien en termes de gouvernance, d’organisation que dans le jeu lui-même”.<sup>24</sup>

Se em suas origens o FO tencionou compreender a dinâmica migratória do futebol profissional centrado nos *Big 5*, com o passar dos anos a expertise estendeu-

---

<sup>19</sup> BUTENKO. *Soccer analytics using touch-by-touch match data*.

<sup>20</sup> BREFELD. *Machine learning and data mining for sports analytics*.

<sup>21</sup> TERRET; FROISSART. *Le sport, l'historien et l'histoire*.

<sup>22</sup> MEDEIROS; HOLLANDA. *Ciência de dados e métodos quantitativos no estudo do esporte*.

<sup>23</sup> JACCOUD; TISSOT; ACETY. *Faire corps*.

<sup>24</sup> STANGRET. *Le football est une science (in)exacte*, p. 19-20.

se para uma segunda dimensão, qual seja, o fenômeno demográfico. Para tanto, um algoritmo capaz de esquadrihar uma miríade de desempenhos técnico-táticos dos futebolistas da elite das ligas europeias foi criado e aplicado pela equipe. O terceiro e mais recente direcionamento adotado pelo órgão voltou-se à financeirização do mercado de transferências, cerne do capitalismo no futebol, com vistas a parametrizar e monitorar a atribuição de valor a um atleta profissional, espécie de zona cinzenta do meio, a fim de torná-la mais transparente e “científico”.

Depreende-se do estudo que esse último movimento adotado tornou as atividades do Observatório mais atraentes aos agentes, empresários e partícipes do meio futebolístico. Conforme relatam os responsáveis, é um dos tópicos mais procurados nos mecanismos de busca virtual do site do FO-CIES. Em contrapartida, a criação desses critérios demandou novas pesquisas, com a finalidade precípua de aprofundar o entendimento das cifras empenhadas na contratação de jogadores, ativo e peça mercantil central no universo esportivo.

O crescimento de visibilidade do FO nos últimos anos decorre também de ações estratégicas dos seus gestores no sentido de ampliar sua comunicação e tecnologia de informação com os milhares de fãs, seguidores de clubes, ligas e competições internacionais. A primeira estratégia foi o encurtamento da periodicidade das publicações, com vistas a intensificar sua difusão científica. Antes restritos a diagnósticos semestrais – os *Annual Reviews* de inverno e de verão –, os dados publicados obedecem desde 2012 a um fluxo regular mensal e semanal de postagens, de modo a despertar a atenção de leitores do *site* e a impulsionar novas notícias com maior intensidade e celeridade ante o ritmo dos meios de comunicação, das redes sociais e da imprensa esportiva.

Junta-se a isso mais uma estratégia expansionista que pode ser divisada na atual conjuntura. De início, o foco incidia tão somente nas cinco seletas ligas europeias – Inglaterra, Espanha, Itália, Alemanha e França. A criação de um método de análise e a sistematização de um algoritmo de cálculo dos três pilares de tal universo – chega-se a cobrir 15 mil partidas anuais e entre 1.500 e 2.000 “acontecimentos” registráveis por jogo – engendrou a expansão para as mais de três dezenas de entidades da Europa que organizam competições profissionais de futebol em nível de primeira e até segunda divisões.

Em movimento mais recente, nota-se a extrapolação do ambiente continental europeu e a busca por mais estruturas da cadeia futebolística a que a metodologia possa ser aplicada e engolfada. Isto vale quer seja para os Estados Unidos, cujo *soccer* continua a ser um potencial mercado na fatia da sua possante indústria esportiva, quer seja a América Latina, por meio de entendimentos mais amplos entre o CIES e a Conmebol, entidade gestora do futebol latino-americana, involucrada e subordinada por sua vez à FIFA.

Assim, como é sabido, se todo o processo institucional de crescimento e expansão, por um lado, pressupõe a conquista de reconhecimento e poder, por outro, ele mesmo coloca em questão a revisão dos princípios e das origens que fundamentam sua criação. No caso do FO-CIES, compreende-se um processo originado de temas e problemas lastreados na pesquisa acadêmica. Com o tempo, estes passam a coexistir com a necessidade de difusão científica dos dados, dos métodos e dos produtos criados, que dão a marca diferencial do Observatório.

Em terceiro e mais avançado cenário, a visibilidade lograda por seus resultados repercute em um conjunto de novas demandas. A serviço da própria clientela criada com suas técnicas de mensuração, o Observatório assiste à procura de empresários e de conglomerados midiáticos. Estes visam desde então ampliar rendimentos, otimizar performances e auferir mais lucros, recorrendo ao *FO* para o alcance de tais objetivos. Está-se assim diante de um ciclo virtuoso ou vicioso?

\* \* \*

## REFERÊNCIAS

BOILLAT, Camille; POLI, Raffaele. **Governance Models across Football Associations and Leagues**. Neuchâtel: Éditions CIES, 2014.

BOLOTNY, Frédéric. **Données de cadrage sur le football en Europe**. Limoges: Presses Universitaires de Limoges, 2005.

BOLTANSKI, Luc; CHIAPELLO, Eve. **O novo espírito do capitalismo**. São Paulo: Martins Fontes, 2009.

BREFELD, Ulf. **Machine Learning and Data Mining for Sports Analytics**. Cham: Springer, 2018.

BUTENKO, Sergiy. **Soccer Analytics Using Touch-by-touch Match Data**. Cham: Springer, 2014.

- CAILLOIS, Roger. **Os jogos e os homens: a máscara e a vertigem**. Petrópolis: Editora Vozes, 2017.
- CAVALCANTI, Leonardo; BOTEGA, Tuíla; TONHATI, Tânia; ARAÚJO, Dina. **Dicionário crítico de migrações internacionais**. Brasília: Editora UnB, 2017.
- COSTA, Kaio Gláuber Vital da. “Gunnar Myrdal e o princípio da causação circular cumulativa”. In: **Anais do X Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em História Econômica**. Juiz de Fora, 2013, p. 01-25.
- FRENKIEL, Stanislas. **Une histoire des agents sportifs en France: les impresarios du football (1979-2014)**. Neuchâtel: Éditions CIES, 2014.
- GAYANT, Jean-Pascal. **Économie du sport**. Paris: Dunod, 2016.
- GODDARD, John; SLOANE, Peter. **Handbook on the Economics of Professional Football**. Cheltenham: Elgar, 2014.
- HYEANS, Andy. **Sport data revolution: l’analyse de données au service de la performance sportive**. Paris: Dunod, 2016.
- JACCOUD, Christophe; TISSOT, Laurent; ACETY, Monica. **Faire corps: temps, lieux et gens**. Lausanne: Presses Universitaires Suisses, 2018.
- KENNEDY, Peter; KENNEDY, David. **Football in Neo-liberalism Times: A Marxist Perspective on the European Football**. London: Routledge, 2016.
- LAWRENCE, Stephen; CRAWFORD, Garry. (2018), **Digital Football Cultures: Fandom, Identities and Resistance**. London: Routledge, 2018.
- LEMERCIER, Claire. **Méthodes quantitatives pour l’historien**. Paris: La Découverte, 2008.
- MARTSON, Kevin Tallec; BOILLAT, Camille. **Governance Relationships in Football Between Management and Labour**. Neuchâtel: Éditions CIES, 2017.
- MEDEIROS, Jimmy; HOLLANDA, Bernardo Borges Buarque. “Ciência de dados e métodos quantitativos no estudo do esporte”. In: **Recorde – Revista de História do Esporte**. Rio de Janeiro: v. 13, série 2, 2020, p. 1-25.
- POLI, Raffaele; BESSON, Roger; RAVENEL, Loïc. **Annual Review – 2014**. Neuchâtel: Éditions CIES, 2014.
- POLI, Raffaele; BESSON, Roger; RAVENEL, Loïc. **Demographic study**. Neuchâtel: Éditions CIES, 2014.
- POLI, Raffaele; BESSON, Roger; RAVENEL, Loïc. **Slow foot: déchiffrer le present pour penser l’avenir**. Neuchâtel: Éditions CIES, 2016.
- PRIMAULT, Didier. (2005), **Le sport professionnel après l’arrêt Bosman**. Limoges: Presses universitaires de Limoges, 2005.
- STANGRET, Gauthier. **Le football est une science (in)exacte: comment le Big Data a changé le visage du football?** Paris: Amphora, 2017.
- TERRET, Thierry; FROISSART, Tony. **Le sport, l’historien et l’histoire**. Reims: Épure, 2013.

\* \* \*

Recebido para publicação em: 02 abr. 2021.  
Aprovado em: 17 out. 2021.

## Evaluación de la influencia de variables socioeconómicas en la práctica del *running* en Argentina

Evaluation of the Influence of Socioeconomic Variables on the Running Practice in Argentina

**Ronald Uthurralt**

Universidad Católica Argentina, Buenos Aires, Argentina  
Doctorando en Sociología, Universidad Católica Argentina

**RESUMO:** O objetivo deste trabalho é analisar a relação entre diferentes variáveis socioeconômicas (idade, sexo, escolaridade, moradia, renda, ocupação e hábitos esportivos) com a prática do *running* na Argentina. Adotamos uma abordagem quantitativa, com base na Pesquisa Nacional de Fatores de Risco (ENFR) 2009. Estabelecemos categorias de acordo com o grau de conexão com o mundo social da corrida e analisamos a conexão de diferentes variáveis socioeconômicas com as categorias de análise. Para isso utilizamos regressões logísticas e análise de correspondências múltiplas. Nossas análises mostram que as características individuais, sociais e econômicas têm um efeito relevante sobre a participação no *running*. Em geral, os corredores tendem a ser homens de meia-idade, renda média-alta e ensino superior.

**PALAVRAS-CHAVE:** *Running*; análise quantitativa; participação; variáveis socioeconômicas.

**ABSTRACT:** The aim of this study is to analyze the relationship among socioeconomic variables (age, gender, income, occupation and sport habits) with the running practice in Argentina. A quantitative approach was adopted, based on the National Survey of Risk Factors (ENFR) 2009. We established categories based on their relationship with the running social world and we analyzed the relationship among different socioeconomic variables with our research categories. Logistic regressions and multiple correspondence analysis we used along this work. Our analyses show that individual, social and economic characteristics have a relevant effect on running participation. In general terms, runners tend to be males, middle aged, with middle high income and higher education.

**KEYWORDS:** Running; Quantitative Analysis; Participation; Socioeconomic Variables.

## INTRODUCCIÓN

El *running* es una actividad de masas, con millones de corredores aficionados en todo el mundo, pero originalmente era una actividad deportiva para atletas competitivos. Hasta fines de la década del 60, el correr en la calle o en parques era una actividad extraña, si la gente corría en público se debía a que estaba apurada. Los primeros corredores se avergonzaban de correr en público y la situación era aún peor en el caso de las mujeres. Correr entre peatones como forma de ocio no se correspondía con los códigos sociales vigentes.<sup>1</sup> A partir de entonces, el desarrollo de una mayor informalidad en las relaciones sociales facilitó que las personas realizaran actividades físicas en público, mientras que el proceso de difusión de la actividad hizo que el *running*, inicialmente en Estados Unidos y luego en Europa, pasara de ser una actividad competitiva limitada a un grupo pequeño de deportistas especializados a convertirse en una actividad recreativa de masas. A partir de los años 90, en lo que Scheerder, Breedveld y Borgers denominan la “segunda ola del *running*”, la actividad alcanzó una nueva etapa de crecimiento, transformándose en un fenómeno global. El crecimiento del *running* en Argentina forma parte de esta segunda ola. Desde fines de la década del 90 el furor por correr aumenta año tras año, reflejado no sólo en la marea de corredores que copan los espacios públicos, sino también en la creciente cantidad de competencias e inscriptos.<sup>2</sup>

El crecimiento de la epidemia de obesidad y el estancamiento en la adopción de prácticas deportivas en los países desarrollados durante la primera década de este siglo trajeron aparejados un creciente interés académico por el estudio de los determinantes de la participación deportiva, tanto desde lo teórico como lo empírico. Los estudios empíricos de participación deportiva, anteriores al auge del *running*, comenzaron a realizarse en Estados Unidos a finales de la década de 1960. Inicialmente se basaron en modelos lineales de cuadrados mínimos y evolucionaron

---

<sup>1</sup> SCHEERDER; BREEDVELD; BORGERS. *Running across Europe: the rise and size of one of the largest sport markets*, p. 1.

<sup>2</sup> HIJÓS. La historia del *running* en Argentina, p. 122. La pandemia de Covid-19 representó una seria interrupción para la actividad. La práctica deportiva en espacios públicos estuvo prohibida o seriamente restringida durante varios meses de 2020.

posteriormente a modelos logísticos de diferente nivel de complejidad. Downward<sup>3</sup> desarrolló un modelo de participación deportiva de acuerdo con un enfoque que distingue características individuales y sociales, variables económicas y características deportivas. Para ello desarrolló, a partir de los datos de la General Household Survey 2002 del Reino Unido, un modelo de regresión logística, con la participación deportiva como variable dependiente dicotómica y diversas características o factores como variables independientes, que tomamos como guía.

García, Lera-López y Suárez<sup>4</sup> sostienen que, a pesar de las dificultades para comparar entre los estudios –debidas a las diferencias en las actividades consideradas y en las formas de medición– es posible hacer una evaluación general de la influencia de ciertas variables económicas, individuales y sociales. La evidencia empírica muestra que la probabilidad de participación deportiva disminuye con la edad, lo que puede atribuirse a limitaciones físicas y biológicas. El género también es un aspecto que influye significativamente en la probabilidad de participación ya que, en general, los hombres participan en mayor medida que las mujeres en actividades deportivas y lo hacen con una frecuencia mayor. Estas diferencias podrían atribuirse a factores biológicos, culturales y sociales, vinculados a diferencias tanto en las responsabilidades familiares como en lo relativo al comportamiento, las expectativas sociales y el trabajo. Los estudios empíricos brindan evidencia de que los bajos ingresos pueden actuar como una barrera para la práctica deportiva, aunque parecen no influir en la frecuencia de dicha práctica. Las restricciones de tiempo, medidas a partir de la ocupación y calificación profesional, el tamaño del hogar y el estado civil, aparecen también como un factor limitante. Ciertas ocupaciones de los segmentos socioeconómicos más bajos se asocian negativamente con la práctica deportiva. Lo mismo sucede con hogares grandes y con las personas casadas. Mayores niveles de educación se asocian a una mayor probabilidad de participación deportiva, posiblemente asociada a una mayor conciencia de los beneficios del deporte y a unos mayores ingresos por hora trabajada.

---

<sup>3</sup> DOWNWARD. Exploring the economic choice to participate in sport: Results from the 2002 General Household Survey, p. 640-3.

<sup>4</sup> GARCÍA, LERA-LÓPEZ, y SUÁREZ. Estimation of a structural model of the determinants of the time spent on physical activity and sport: Evidence for Spain, p. 519-21.

El objetivo de este trabajo es analizar la vinculación de diferentes variables socioeconómicas (edad, género, edad, educación, hogar, ingresos, ocupación y hábitos deportivos) con la práctica del *running* en Argentina. Nuestro propósito de aportar conocimiento empírico para la elaboración de estrategias que impulsen a las personas a adoptar y mantener la práctica del *running* como actividad física recurrente.

## **METODOLOGÍA**

Dados los objetivos que nos planteamos, adoptamos para nuestro trabajo un enfoque cuantitativo que apela a fuentes secundarias. En la realización de este trabajo recurrimos a la base de datos de la Encuesta Nacional de Factores de Riesgo (ENFR) de 2009, realizada en conjunto por el INDEC, el Ministerio de Salud y la Secretaría de Deportes. La ENFR 2009 incluyó –hasta ahora por única vez– una Encuesta Nacional de Actividad Física y Deportiva (ENAFyD), con preguntas específicas referidas a la práctica de la actividad física y deportiva de cada individuo encuestado.

El diseño muestral de la ENFR 2009 fue probabilístico, estratificado por conglomerados y multietápico. La selección del encuestado se hizo aleatoriamente aplicando la tabla de selección de Kish y las entrevistas a las personas encuestadas fueron presenciales y personales (autoinformante). Los valores muestrales se expandieron aplicando factores de expansión correspondientes a cada etapa de selección, con correcciones por no respuesta y calibración de pesos iniciales. La encuesta consta de tres bloques: vivienda, hogar e individual. Incluye una muestra efectiva de 34.732 personas mayores de 18 años, que viven en ciudades de más de 5.000 habitantes en todo el país. Además de los datos sociodemográficos y de salud de la ENFR se recolectaron datos acerca de las actividades físicas y deportivas practicadas o no en los últimos 30 días previos a la entrevista. Se indagó acerca del tipo de actividad física o deportiva de preferencia (practicada y/o deseada), lugar y frecuencia de práctica y los motivos de práctica o de no práctica. La base de datos de esta encuesta fue publicada por el INDEC en 2018.

Para analizar la vinculación de diferentes variables socioeconómicas con las categorías de análisis recurrimos a regresiones logísticas y análisis de

correspondencias múltiples. En el procesamiento de los datos utilizamos el paquete de software estadístico IBM SPSS Statistics Versión 20.

### CATEGORIZACIÓN DEL UNIVERSO DE ESTUDIO

En este trabajo denominamos *running* a la práctica no profesional, en mayor o menor medida sostenida en el tiempo, de lo que en la ENAFyD se denomina “Correr”. Los tiempos o ritmos de carrera abarcan un espectro amplio,<sup>5</sup> y salvo para algunos pocos practicantes, son relevantes sólo para cada corredor. A tal punto que la alternancia de carrera y caminata, conocida como método Galloway, es aceptada incluso por corredores avanzados. El *running* es una actividad “potencialmente” muy inclusiva, en términos de género, edad, costos e infraestructura requerida.<sup>6</sup>

El universo de los corredores dista de ser uniforme y requiere categorizarse para su mejor análisis. En su estudio etnográfico de las carreras urbanas, Gil considera que “el colectivo *running* en Argentina está compuesto por actores con diverso grado de compromiso con la práctica y adhesión a sus preceptos éticos y estéticos”, que van, como un continuo, desde un compromiso pleno y radical con la actividad hasta el abandono del estilo de vida.<sup>7</sup> Complementando este enfoque con el de los trabajos de Smith<sup>8</sup> y Shipway, Holloway y Jones,<sup>9</sup> adoptamos los siguientes criterios analíticos para la categorización de nuestro universo de estudio:

- 1) *Runners*: personas que definen el correr como su actividad deportiva más importante y corren tres o más veces por semana.
- 2) *Fun runners*: personas que definen el correr como su actividad deportiva más importante y corren menos de tres veces por semana.

---

<sup>5</sup> A modo de ejemplo, el ritmo de carrera en la maratón de Buenos Aires de 2018 fue de 2:58 min/km (2h 5min) para el ganador y 9:11 min/km (6h 27min) para el último clasificado.

<sup>6</sup> HIJÓS. La historia del *running* en Argentina, p. 123. En este trabajo cuestionaremos en parte esta visión

<sup>7</sup> GIL. Correr y competir. Rituales de interacción y estilo de vida en el *running*, p. 109.

<sup>8</sup> SMITH. Athletes, runners, and joggers: participant-group dynamics in a sport of “individuals”, p. 189.

<sup>9</sup> SHIPWAY, HOLLOWAY, y JONES. Organizations, practices, actors, and events: Exploring inside the distance *running* social world, p. 263.

- 3) Deportistas que corren: personas que practican otros deportes y corren, pero no consideran el correr como su actividad deportiva más importante (corren como complemento).

### ¿NACIDOS PARA CORRER?

A pesar predisposición genética del ser humano para las carreras de larga distancia<sup>10</sup> y a las olas de crecimiento que llevaron al *running* a convertirse en una actividad de masas,<sup>11</sup> existen variables económicas, individuales y sociales que condicionan su adopción.<sup>12</sup> En ese mismo sentido, Eren<sup>13</sup> destaca que los corredores de fondo tienden a ser hombres adultos, de clase media, educados y con empleos bien pagos en tareas profesionales. En este trabajo nos proponemos analizar cómo se vinculan diferentes variables socioeconómicas con nuestras categorías de estudio en Argentina, incluyendo la comparación con otras actividades deportivas en el mapa perceptual.

#### *Análisis de regresión de los factores que afectan a la participación en el running*

Si bien relaciones entre las categorías analizadas y distintas variables socioeconómicas podrían analizarse mediante tablas bivariadas sencillas, consideramos que esta técnica no captura apropiadamente la interrelación entre variables. Para ello es más adecuado recurrir a modelos de regresión, que permiten examinar a las variables en conjunto, como un todo, teniendo en cuenta interacciones tales como “el servicio doméstico en Argentina está conformado en gran medida por mujeres” o “los patrones y directivos tienden a tener ingresos más altos y educación superior”. En este trabajo desarrollamos modelos de regresión logística binaria, que vinculan a la participación en las diferentes categorías

---

<sup>10</sup> MATTSON. Evolutionary aspects of human exercise—born to run purposefully, p. 348.

<sup>11</sup> SCHEERDER, BREEDVELD, y BORGERS. *Running across Europe: the rise and size of one of the largest sport markets*, p. 12.

<sup>12</sup> GARCÍA, LERA-LÓPEZ, y SUÁREZ. Estimation of a structural model of the determinants of the time spent on physical activity and sport: Evidence for Spain, p. 519-521.

<sup>13</sup> EREN. Estranged Labor, Habitus, and Verstehen in the Rise of Extreme Endurance Sports, p. 3.

analizadas con los distintos factores sociodemográficos.<sup>14</sup> Para ello realizamos modelos individuales para las categorías *Runner*, *Fun runner* y *Deportista* que corre, e incorporamos también un modelo (“Corredores”) que consolida a todas las categorías anteriores. Para el cálculo de los modelos utilizamos la función Regresión logística binaria de SPSS, que tiene la forma:

$$\ln\left(\frac{p}{1-p}\right) = \beta X + \varepsilon \quad (1)$$

donde  $p$  es la probabilidad de participación y  $\beta$  y  $X$  son vectores con 29 elementos (incluyendo la constante). Todas las variables explicativas del modelo son binarias (*dummy*) y representan a los factores género, edad, educación, tipo de hogar, ingreso del hogar (en quintiles), estatus ocupacional, tiempo trabajado y práctica de otros deportes. La ventaja de usar modelos de regresión logística binaria en lugar de modelos de regresión de cuadrados mínimos es que los resultados generados por los modelos logísticos están diseñados para cubrir un rango de resultados desde un mínimo de cero hasta un máximo de uno. Esto los hace ideales para trabajar con variables dependientes binarias –por ejemplo, la participación en una categoría de *running*– donde cero representa la no participación y uno la participación. Los resultados de los modelos de cuadrados mínimos pueden caer fuera del dominio cero-uno, lo que los hace menos apropiados para este tipo de variables. Los modelos de regresión logística binaria son no lineales y no asumen variaciones constantes en los resultados de la misma forma en que lo hacen los coeficientes de los modelos lineales. Por eso reportamos los efectos de las variables como cambios en la participación esperada comparada con la categoría de referencia a partir de la comparación del valor de sus coeficientes ( $B$ ) o de su razón de probabilidades (*odds ratio*)  $\text{Exp}(B)$ .

Para calcular la expectativa de participación en cada modelo tenemos que resolver la ecuación de regresión en términos de  $p$ . En el caso de la categoría de referencia:

---

<sup>14</sup> PENG; SO. Logistic regression analysis and reporting: A primer. p. 31-70.

$$\ln\left(\frac{p}{1-p}\right) = c \quad (2)$$

donde  $c$  es la constante, entonces resolviendo para  $p$ :

$$\text{Exp}(c) = \frac{p}{1-p} \Rightarrow p = \frac{\text{Exp}(c)}{1+\text{Exp}(c)} \quad (3)$$

En el modelo de la categoría *Runner*,  $c$  es igual a -2,52,  $\text{Exp}(c)$  es igual a 0,08 y  $p$  es igual a 7,4%. Para comparar el efecto de ser “mujer” en contraposición a ser “hombre” *ceteris paribus*, en lugar de comparar entre ambos atributos en las estadísticas descriptivas, comparamos los atributos Género: Mujer; Edad: 18-24 años; Educación: Superior; Tipo de hogar: Unipersonal; Ingreso del hogar: Quintil 5 (superior); Estatus ocupacional: Patrones y directivos profesionales; Tiempo trabajado:<35 horas semanales; con los atributos Género: Hombre; Edad: 18-24 años; Educación: Superior; Tipo de hogar: Unipersonal; Ingreso del hogar: Quintil 5 (superior); Estatus ocupacional: Patrones y directivos profesionales; Tiempo trabajado:<35 horas semanales. Para calcular la nueva probabilidad esperada ( $p'$ ) tenemos que:

$$\text{Exp}(c + B) = \frac{p'}{1-p'} \Rightarrow p' = \frac{\text{Exp}(c+B)}{1+\text{Exp}(c+B)} = \frac{\text{Exp}(c) \times \text{Exp}(B)}{1+\text{Exp}(c) \times \text{Exp}(B)} \quad (4)$$

donde  $B$ , para el atributo “mujer” en el modelo de la categoría *Runner*, es -0,72 y  $p'$  es igual a 3,8%. Si bien  $p'-p$  (7,4%-3,8%) compara el efecto de ser “mujer” con el de ser “hombre” manteniendo constantes el resto de los atributos de la categoría de referencia, el cambio de magnitud de  $p$  a  $p'$  depende del valor de  $p$ . Es decir que no existe una relación uno a uno entre el valor de un coeficiente y su efecto en la probabilidad de participación, por lo que la definición de la categoría de referencia es importante para definir la posición en la que trabajaremos en la curva logística. La categoría de referencia en los modelos construidos corresponde al siguiente perfil sociodemográfico: 1. Género: Hombre; 2. Edad: 18-24 años; Educación: Superior; Tipo de hogar: Unipersonal; Ingreso del hogar: Quintil 5 (superior);

Estatus ocupacional: Patrones y directivos; Tiempo trabajado: <35 horas semanales; Practica otros deportes: Sí. Seleccionamos esta categoría de referencia tomando los atributos que, de acuerdo con la bibliografía y nuestros descriptivos estadísticos, hacen que la probabilidad de practicar el *running* sea máxima, por lo que la mayoría de los atributos deberían tener efecto negativo en la probabilidad de participación. En nuestras tablas exponemos los coeficientes  $B$  y sus razones de probabilidad  $\text{Exp}(B)$ , que tienen los siguientes efectos en la probabilidad de participación:

- Cuando  $B < 0$ ,  $\text{Exp}(B) > 0$  y  $< 1$ , el efecto del atributo es negativo
- Cuando  $B \approx 1$ ,  $\text{Exp}(B) \approx 1$ , el efecto del atributo es neutro
- Cuando  $B > 1$ ,  $\text{Exp}(B) > 1$ , el efecto del atributo es positivo

La intensidad del efecto es mayor cuanto más alejado esté  $\text{Exp}(B)$  de 1, es decir que un  $\text{Exp}(B)$  igual a 0,08 indica un efecto más negativo que un  $\text{Exp}(B)$  igual a 0,48.

Resultados: La Tabla 1 detalla las variables utilizadas en los modelos, su categorización y frecuencia ponderada, basados en un tamaño de muestra probabilística 34.366 casos (sin expandir), equivalentes a una muestra ponderada de 24,2 millones de casos.

	Frecuencia sin ponderar	Porcentaje		Frecuencia sin ponderar	Porcentaje
<b>Características individuales</b>			<b>Características económicas</b>		
<i>Género</i>			<i>Ingreso del hogar</i>		
Hombre	14836	43,2%	Quintil 5 (superior)	6175	18,0%
Mujer	19530	56,8%	Quintil 4	6237	18,1%
<i>Edad</i>			Quintil 3	6258	18,2%
18-24 años	4649	13,5%	Quintil 2	6988	20,3%
25-34 años	7549	22,0%	Quintil 1 (inferior)	8708	25,3%
35-49 años	9463	27,5%	<i>Estatus ocupacional</i>		
50-64 años	6984	20,3%	Patrones y directivos profesionales	744	2,2%
65-más años	5721	16,6%	Patrones y directivos no profesionales	1720	5,0%
<b>Características sociales</b>			Cuenta propia calificados	2473	7,2%
<i>Educación (completa o incompleta)</i>			Asalariados profesionales	2436	7,1%
Superior	8851	25,8%	Asalariados no profesionales	6268	18,2%
Media	13252	38,6%	Asalariados informales	3339	9,7%
Básica	12263	35,7%	Cuenta propia no calificados	2715	7,9%
<i>Tipo de hogar</i>			Servicio doméstico y trab. familiares	1652	4,8%
Unipersonal	5358	15,6%	Desocupado	1422	4,1%
Conyugal sin hijos ni otros	4309	12,5%	Inactivo	11597	33,7%
Conyugal con hijos	13896	40,4%	<i>Tiempo trabajado (excluye Desocupados e Inactivos)</i>		
Conyugal con hijos y otros	2799	8,1%	<35 hs semanales	7501	35,1%
Cony, incompleto con hijos y/u otros	6463	18,8%	35 a 45 hs semanales	8279	38,8%
No conyugal múltiple	1541	4,5%	> 45 hs semanales	5567	26,1%
			<b>Características deportivas</b>		
			<i>Practica otro deporte</i>		
			Si	13014	37,9%
			No	21352	62,1%

**Tabla 1** - Número de casos (N) de la muestra sin expandir por atributo analizado.  
N (sin expandir) = 34366 casos, equivalentes a 24,2 millones de casos ponderados.  
Fuente: Elaboración propia con datos de la ENFR 2009.

La Tabla 2 resume los resultados de los modelos de regresión de cada categoría analizada. Todas las variables y atributos de los modelos resultaron significativas con un nivel de confianza del 99% (Sig. <0,01). En el proceso de estructuración de los modelos eliminamos algunas de las variables analizadas –por ejemplo, Estado civil, Cantidad de menores de 18 años en el hogar y Cantidad de miembros del hogar, entre otras–. Las razones de probabilidad de las constantes en cada modelo son: *Runner*: 0,08; *Fun runner*: 0,08; Deportista que corre: 0,34; Corredores: 0,70. En líneas generales los modelos de las categorías de corredores tienen aspectos similares, en cuanto a que todos muestran una mayor probabilidad de participación de hombres, con educación superior, ingresos altos y que practican otros deportes.

De cara a validar internamente nuestros modelos y garantizar la solidez de la muestra y la distribución de categorías, recurrimos a la técnica de remuestreo *bootstrapping* con 100 iteraciones, a partir de los que determinamos los intervalos de confianza al 95% de los coeficientes B y su significación. Con excepción de algunos coeficientes de la categoría Estatus ocupacional, los coeficientes B de los modelos son tienen significancia al nivel de 0,01.

De acuerdo con nuestros datos, el ser mujer reduce la probabilidad de participar en cualquiera de las categorías de corredores a menos de la mitad que el ser hombre (*Runner*:  $\text{Exp}(B)=0,49$ ; *Fun runner*:  $\text{Exp}(B)=0,41$  y Deportista que corre:  $\text{Exp}(B)=0,33$ ).

La edad tiene un impacto negativo en las probabilidades de practicar el *running*, pero con diferencias entre categorías. Mientras que la probabilidad de participación en la categoría *Runner* es máxima a en el rango de 35-49 años ( $\text{Exp}(B)=1,25$ ) para luego caer hasta  $\text{Exp}(B)=0,10$  en el rango de 65 años y más, las categoría *Fun runner* y Deportista que corre muestran  $\text{Exp}(B)$  decrecientes partiendo de la categoría de referencia.

El *running* se vincula en todas sus categorías con la educación superior (completa o incompleta). El no alcanzar este nivel educativo representa una reducción sustancial en la probabilidad de participación, con  $\text{Exp}(B)$  entre 0,55 y 0,61. La caída en las probabilidades se acentúa si el nivel educativo alcanzado es sólo el básico.

El tipo de hogar no muestra un patrón claro de participación en las categorías vinculadas al *running*, aunque, en general, los hogares unipersonales y no

conyugales múltiples tienen  $\text{Exp}(B)$  mayores. Los hogares unipersonales son los de menor  $\text{Exp}(B)$  en la categoría Inactivo no vinculado. Un hallazgo interesante es la baja probabilidad de participación en la categoría *Runner* en hogares conyugales sin hijos ni otros, con  $\text{Exp}(B)=0,55$  (el mínimo de esta variable en la categoría).

Los ingresos del hogar tienen una relación positiva pero no lineal con la práctica del *running*. La caída en los  $\text{Exp}(B)$  de cada quintil varía por categoría, siendo los quintiles 5 y 4 los de mayor probabilidad de participación en todos los casos. El valor máximo de  $\text{Exp}(B)$  de la categoría *Runner* se da en el quintil 4 (1,12).

En cuanto al estatus ocupacional, no encontramos en nuestros datos patrones claros de comportamiento, al punto de categorías de baja tasa de participación muestran  $\text{Exp}(B)$  inesperadamente altos. Por ejemplo, la probabilidad de participación en la categoría *Fun runner* es máxima – $\text{Exp}(B)=1,56$ – para Servicio doméstico y trabajadores familiares. Entendemos que esto se debe a que este grupo está conformado en un 90% por mujeres, en un 39% por hogares del quintil 1 de ingresos y en un 41% por individuos con educación básica, factores todos que hacen a una baja probabilidad de participación en la categoría. Aparece como distintivo la mayor probabilidad de participación de Patrones y directivos profesionales y no profesionales en la categoría *Runner*.

El tiempo trabajado se vincula negativamente con todas las categorías vinculadas al *running*, que muestran  $\text{Exp}(B)$  máximos en menos de 35 horas trabajadas por semana. Excluyendo la variable Estatus ocupacional para eliminar redundancias, puede apreciarse que la probabilidad de participación en el *running* de individuos desocupados es comparativamente alta –*Runner*:  $\text{Exp}(B)=1,12$ ; *Fun runner*:  $\text{Exp}(B)=1,23$ ; y *Deportista que correr*:  $\text{Exp}(B)=0,96$ –.

La participación en el *running* tiene un fuerte vínculo positivo con la práctica simultánea de otros deportes. La probabilidad de que un deportista pertenezca a la categoría *Runner* triplica a la de un no deportista – $\text{Exp}(B)=0,32$  para quienes no practican otros deportes–, mientras que para las categorías de *running* en su conjunto la probabilidad de los deportistas es ocho veces mayor que la de los no deportistas.

	Runner			Fun runner			Deportista que corre			Corredores		
	B	Error Std.	Exp(B)	B	Error Std.	Exp(B)	B	Error Std.	Exp(B)	B	Error Std.	Exp(B)
<i>Género (categoría de referencia: Hombre)</i>												
Mujer	-0,72	0,00	0,49	-0,88	0,01	0,41	-1,12	0,00	0,33	-0,90	0,00	0,40
<i>Edad (categoría de referencia: 18-24 años)</i>												
25-34 años	0,20	0,01	1,22	-0,33	0,01	0,72	-0,26	0,00	0,77	-0,06	0,00	0,94
35-49 años	0,22	0,01	1,25	-0,53	0,01	0,59	-0,66	0,00	0,51	-0,29	0,00	0,75
50-64 años	-0,58	0,01	0,56	-1,05	0,01	0,35	-1,85	0,01	0,16	-1,23	0,00	0,29
65-más años	-2,30	0,02	0,10	-1,93	0,01	0,14	-2,78	0,01	0,06	-2,30	0,01	0,10
<i>Educación (categoría de referencia: Superior)</i>												
Media	-0,60	0,01	0,55	-0,56	0,01	0,57	-0,49	0,00	0,61	-0,45	0,00	0,64
Básica	-0,64	0,01	0,53	-1,12	0,01	0,32	-0,89	0,00	0,41	-0,68	0,00	0,51
<i>Tipo de hogar (categoría de referencia: Unipersonal)</i>												
Conyugal sin hijos ni otros	-0,60	0,01	0,55	0,07	0,01	1,07	0,02	0,01	1,02	-0,06	0,00	0,94
Conyugal con hijos	-0,32	0,01	0,72	-0,17	0,01	0,84	-0,35	0,01	0,71	-0,29	0,00	0,75
Conyugal con hijos y otros	0,09	0,01	1,10	-0,64	0,01	0,53	-0,39	0,01	0,68	-0,28	0,01	0,75
Conyugal incompleto con hijos y/u otros	-0,23	0,01	0,80	-0,32	0,01	0,73	-0,31	0,01	0,73	-0,25	0,00	0,78
No conyugal múltiple	0,04	0,01	1,04	0,21	0,01	1,23	0,35	0,01	1,42	0,31	0,01	1,37
<i>Ingreso del hogar (categoría de referencia: Quintil 5 [superior])</i>												
Quintil 4	0,11	0,01	1,12	-0,20	0,01	0,82	-0,19	0,00	0,83	-0,03	0,00	0,97
Quintil 3	-0,13	0,01	0,88	-0,60	0,01	0,55	-0,36	0,00	0,70	-0,22	0,00	0,80
Quintil 2	-0,44	0,01	0,64	-0,42	0,01	0,66	-0,59	0,00	0,55	-0,37	0,00	0,69
Quintil 1 (Inferior)	-0,61	0,01	0,54	-0,45	0,01	0,64	-0,53	0,00	0,59	-0,31	0,00	0,73
<i>Estatus ocupacional (categoría de referencia: Patrones y directivos profesionales)</i>												
Patrones y directivos no profesionales	0,00	0,01	1,00	-0,44	0,01	0,64	-0,01	0,01	0,99	-0,10	0,01	0,91
Cuenta propia calificados	-0,26	0,01	0,77	-0,05	0,01	0,95	-0,23	0,01	0,79	-0,25	0,01	0,78
Asalariados profesionales	-0,49	0,01	0,61	-0,20	0,01	0,82	-0,14	0,01	0,87	-0,33	0,01	0,72
Asalariados no profesionales	-0,18	0,01	0,84	-0,01	0,01	0,99	-0,12	0,01	0,88	-0,17	0,01	0,85
Asalariados informales	-0,46	0,01	0,63	-0,31	0,01	0,73	-0,21	0,01	0,81	-0,26	0,01	0,77
Cuenta propia no calificados	-0,15	0,01	0,86	0,00	0,02	1,00	0,02	0,01	1,02	-0,02	0,01	0,98
Servicio doméstico y trab. familiares	-0,19	0,02	0,83	0,45	0,02	1,56	-0,14	0,01	0,87	0,06	0,01	1,07
Desocupado	-0,15	0,01	0,86	0,14	0,01	1,15	-0,18	0,01	0,84	-0,14	0,01	0,87
Inactivo	-0,37	0,01	0,69	-0,31	0,01	0,73	-0,50	0,01	0,60	-0,46	0,01	0,63
<i>Tiempo trabajado (Categoría de referencia: &lt;35 horas semanales)</i>												
35 a 45 horas semanales	-0,13	0,01	0,88	-0,15	0,01	0,86	-0,29	0,00	0,75	-0,22	0,00	0,80
> 45 horas semanales	-0,36	0,01	0,70	-0,15	0,01	0,86	-0,25	0,00	0,78	-0,22	0,00	0,81
<i>Practica otro deporte (categoría de referencia: Sí)</i>												
No	-1,14	0,00	0,32	-0,36	0,00	0,70				-2,18	0,00	0,11
Constante	-2,52	0,01	0,08	-2,54	0,01	0,08	-1,07	0,01	0,34	-0,36	0,01	0,70
R <sup>2</sup> Cox & Snell	0,011			0,008			0,032			0,079		
R <sup>2</sup> Nagelkerke	0,104			0,084			0,134			0,246		
Chi cuadrado (28 g.l.)	269948 (p<0,01)			187940 (p<0,01)			784771 (p<0,01)			1999306 (p<0,01)		
Expectativa de participación de la categoría de referencia (p)	7,4%			7,3%			25,6%			41,1%		

Tabla 2 - Modelos de participación por categoría de corredores. Fuente: Elaboración propia con datos de la ENFR 2009.

*Análisis de correspondencias múltiples (ACM) de las actividades físicas y deportivas*

Si bien nuestro tema de investigación es el *running*, el estudio de cualquier deporte en particular requiere tener en cuenta el conjunto de las demás prácticas deportivas, con el propósito de comprender las afinidades entre ciertos deportes y ciertas características de los agentes ubicados en determinada posición del espacio social.<sup>15</sup> Para ello decidimos emplear el análisis de correspondencias múltiples (ACM), una técnica multivariada factorial de reducción de dimensiones que se utiliza para el análisis exploratorio de datos multidimensionales. El uso de esta técnica ayuda a descubrir interrelaciones entre las características medidas, poniéndolas de manifiesto en gráficos bidimensionales (mapas perceptuales) que pueden ser interpretados con relativa facilidad. Debido a su carácter descriptivo y exploratorio, la técnica de ACM no requiere hipótesis ni supuestos de ninguna naturaleza.

Para nuestro ACM incorporamos algunas de las variables con las que trabajamos anteriormente: Género, Edad, Educación, Tipo de hogar, Ingreso del hogar (quintiles) y Estatus ocupacional. Sumamos la variable Deporte practicado y quitamos la variable Tiempo trabajado (para evitar redundancias que distorsionaban el análisis). La reducción de dimensiones muestra un eje –dimensión 1– asociado las variables Estatus ocupacional, Educación e Ingresos del hogar (Inercia=0,33), y un segundo eje –dimensión 2– asociado a las variables Edad y Estatus ocupacional (Inercia=0,29) la Figura 1 muestra las medidas de discriminación con la relación de cada variable con las dimensiones 1 y 2.

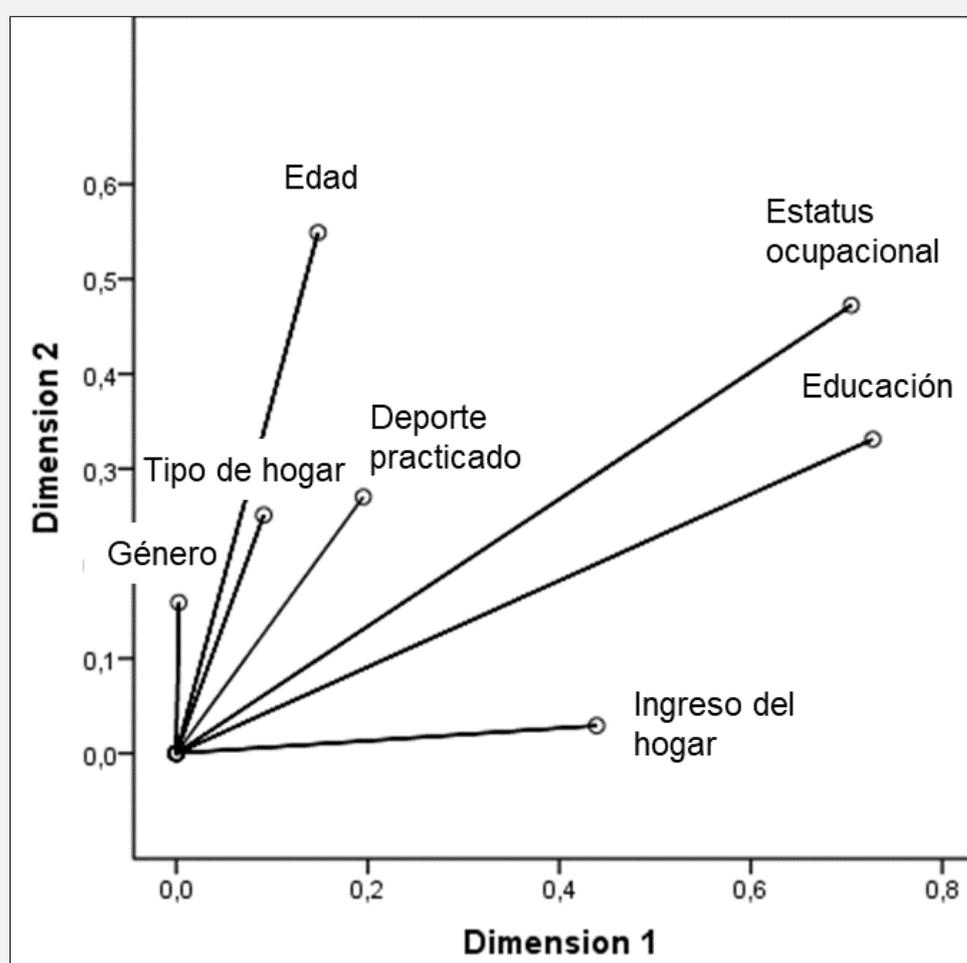
Debido a que el software estadístico que utilizamos<sup>16</sup> no dispone de una herramienta para aplicar la técnica de *bootstrapping* al ACM, hicimos un ejercicio de remuestreo manual para validar internamente nuestros análisis y garantizar la solidez de los *clusters* identificados. Tomamos tres submuestras, cada una con 30% de los casos totales seleccionados al azar, con las que repetimos nuestro ACM. Los tres mapas perceptuales mantuvieron la misma estructura de distribución de puntos que el mapa general, aunque con rotaciones en los ejes.

---

<sup>15</sup> GÓMEZ ROJAS, GRINSZPUN, y SEID. Clases de deporte y deportes de clase: La distribución de los gustos y prácticas deportivas en el espacio social, p. 8.

<sup>16</sup> IBM SPSS Statistics Versión 20.

El gráfico bidimensional de las variables categóricas analizadas en el plano de las dimensiones 1 y 2 (Figura 2) muestra el espacio social del deporte en relación con dichas variables. Con el propósito de identificar diferentes *clusters*, segmentamos el plano de las dimensiones 1 y 2 con una grilla ortogonal con la misma pendiente que el vector de discriminación de Deporte practicado. Cabe aclarar que esta forma de segmentar el plano no se corresponde con ninguna técnica reconocida, sino que fue la seleccionada entre varias opciones trabajadas en el proceso de encontrar agrupaciones con sentido y valor teórico.



**Figura 1** - Medidas de discriminación.  
Fuente: Elaboración propia con datos de la ENFR 2009.



Continuando el movimiento hacia arriba y a la izquierda, pasamos al segmento 5) con hombres jóvenes, de ingresos medios altos (Q4) y estudios universitarios incompletos. Este segmento incluye a la mayor parte de los deportes “populares” –como el fútbol, el rugby y el básquet, entre otros–, asociados al despliegue físico en los que el cuerpo tiene un valor instrumental.

Descendiendo al centro de nuestro mapa perceptual, encontramos un segmento, subdividido a su vez en los subsegmentos 6) y 7), conformados por adultos de 25 a 49 años, de ingresos altos y medio-altos (Q5 y Q4) con estudios universitarios incompletos y buena calificación ocupacional. En líneas generales, los deportes de este segmento –correr, ciclismo o gimnasia– están vinculados con lo que Bourdieu llamó “disposiciones ascéticas de individuos en ascensión”,<sup>17</sup> en las que el cuerpo no es ya un instrumento sino un fin en sí mismo. Se trata de deportes que son practicados por el mantenimiento físico y el beneficio social que proporcionan. El subsegmento 6) corresponde a individuos relativamente más jóvenes y de mayores ingresos y nivel educativo que los del subsegmento 7). Las categorías *Runner* y *Fun runner* pertenecen al subsegmento 6). Cabe destacar que, pese a las diferencias identificadas anteriormente entre ambas categorías, en nuestro mapa perceptual se encuentran muy próximas entre sí. El subsegmento 7) incluye –además del ciclismo– el caminar, aunque en el borde geométrico del subsegmento, próximo a los individuos de 50 a 64 años, en lo que podría presumirse como una evolución de la actividad deportiva dentro segmento con el paso de los años.

Finalmente, el extremo inferior izquierdo tenemos al segmento 8), conformado por individuos de ingresos altos, alta calificación ocupacional y estudios universitarios completos. Las actividades deportivas en este segmento –por ejemplo el tenis– requieren aprendizaje, están estetizadas y se corresponden con ámbitos de exclusividad.

Dejamos a la cercanía del paddle y el hockey con el *running* como anomalías del análisis para las que no encontramos explicación con los datos disponibles.

---

<sup>17</sup> BOURDIEU. *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*, p. 211.

## DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

En este trabajo intentamos evaluar cuantitativamente la relación de diferentes variables sociodemográficas con la práctica del *running* en sus diferentes categorías analíticas, la interacción entre dichas variables en sus efectos sobre la participación en cada categoría analítica y la posición del *running* en un mapa perceptual del mundo social del deporte. En líneas generales, nuestros análisis permiten sostener que las características individuales, sociales y económicas –por ejemplo, la edad, el género, la educación, los ingresos y los hábitos deportivos– tienen un efecto relevante sobre la participación en el *running*. Es decir que la práctica del *running* está condicionada al mismo tiempo por lo biológico y lo social. Nuestros estudios cuantitativos coinciden con los hallazgos etnográficos de Hijós,<sup>18</sup> quien sostiene que “[...] a pesar de que el *running* es un deporte ‘abierto’ a todas las clases sociales, existen límites económicos y culturales en el acceso total a la práctica”, y con los de Gil,<sup>19</sup> quien señala que muchos de los aficionados al *running* gozan de un elevado capital social y pueden montar redes de colaboración para ayudar económicamente a algunos atletas. Coincidentemente con nuestro mapa perceptual, Acciaresi halló en su etnografía de un *running team* de La Plata que casi todos los miembros del grupo pertenecían un estrato social medio/medio alto, destacadamente profesionales, empleados formales, profesores, estudiantes universitarios y cuentapropistas.<sup>20</sup>

El *running* es una actividad comparativamente masculina, ya que la probabilidad de participación de un hombre duplica a la de una mujer. Si bien históricamente la diferencia en participación se atribuyó a aspectos biológicos –entre otros, las diferencias físicas o la maternidad–, el crecimiento en la participación femenina en distinto tipo de carreras de fondo en la Argentina y el mundo apunta a una discriminación por género de carácter eminentemente social, que se traduce en una alta participación de la inactividad física entre las mujeres. La amplia participación de mujeres en los *running teams*, destacadas en las etnografías

---

<sup>18</sup> HIJÓS. “¿Todos podemos ser corredores?": Un análisis sobre la comunidad *runner* y sus vínculos con el mercado, p. 33.

<sup>19</sup> GIL. Correr y competir. Rituales de interacción y estilo de vida en el *running*, p. 110.

<sup>20</sup> ACCIARESI. “Ya se me había hecho un hobby, una droga”: goce, dolor e identificación en un grupo platense de corredores, p. 31.

de Acciaresi e Hijós, permitiría inferir que la participación femenina en el *running* continuará aumentando. En esta línea, Garton e Hijós consideran que “la creciente participación de las mujeres en las competencias de resistencia se traduce como un habilitación y legitimidad en la práctica deportiva para el sexo femenino”.<sup>21</sup>

La edad del individuo es un factor de alta relevancia en la práctica del deporte en general y también del *running*. La probabilidad de practicar la actividad se reduce con la edad, especialmente a partir de los 50 años. Cabe destacar, sin embargo, que la categoría *Runner* muestra probabilidades de participación máximas en el rango de 35 a 49 años, en lo que podría ser una manifestación de la superadherencia de los corredores identificada por Glasser.<sup>22</sup> Acciaresi destaca que “Las edades [de los corredores] son de lo más diversas: hay personas de hasta casi 60 años, con años de entrenamiento, una mayoría de personas entre 30 y 45 años, y un pequeño grupo menor a 30 años de edad”. Cabe preguntarse si pasado el umbral de los 50 años los corredores pasan a ser inactivos o no. En este sentido, Acciaresi identifica la importancia que le asigna un corredor de 53 años “al hecho de sentirse bien, de estar bien ‘por dentro’ y, en ese sentido, tener la sensación de tener menor edad de la que tiene”.<sup>23</sup> Nuestra segmentación del mapa perceptual llevaría a pensar que algunos podrían volcarse a prácticas menos exigentes desde lo físico, típicamente caminar. Por su parte, la inactividad física asociada a la edad es uno de los *clusters* que identificamos en nuestro mapa perceptual. Si bien a priori puede asociarse a la edad como un condicionante biológico, Koronios, Mavromati, Kriemadis, et al.<sup>24</sup> señalan aspectos sociales vinculados a la menor actividad deportiva de los adultos mayores, como los estilos de vida, la falta de información acerca de los beneficios del deporte o la falta de confianza en la propia capacidad corporal.

La probabilidad de practicar el *running* (y en general cualquier deporte) aumenta con el nivel educativo, especialmente cuando se accede a estudios superiores, aunque sean incompletos. El acceso a la educación superior duplica la

---

<sup>21</sup> GARTON; HIJÓS. “La deportista moderna”: Género, clase y consumo en el fútbol, running, y jockey argentinos, p.15.

<sup>22</sup> GLASSER. Promoting client strength through positive addiction, p. 174.

<sup>23</sup> ACCIARESI. “Ya se me había hecho un hobby, una droga”: goce, dolor e identificación en un grupo platense de corredores, p. 10, 71.

<sup>24</sup> KORONIOS, MAVROMATI, KRIEMADIS, et al. Sport participation and ageing: Evidence from marathon events, p. 130.

probabilidad de práctica del *running* en cualquiera de sus categorías. Nuestros modelos de regresión muestran que el efecto positivo de la educación en la probabilidad de correr excede al efecto de lo puramente económico, con el que está correlacionado. Es posible que la educación formal brinde la posibilidad de acceder a distintas experiencias deportivas y una mejor comprensión de los beneficios del ejercicio. Ese capital cultural podría devenir en un mayor capital corporal en una relación recursiva.<sup>25</sup> En mayor nivel educativo incrementa también la probabilidad de que la población inactiva manifieste interés por correr, especialmente en los estadios iniciales (el paso de educación básica a educación media duplica la probabilidad de estar interesado). Consecuentemente, la combinación de inactividad física con bajo nivel educativo es otro de los clusters identificados en nuestro mapa perceptual. Estos hallazgos refuerzan los planteos de Hijós respecto de los límites culturales que limitan el acceso a la práctica del *running*.<sup>26</sup>

El estado civil y el tipo de hogar (tanto en su conformación como en la cantidad de miembros) parecen tener un vínculo indirecto con el *running*, vinculado posiblemente con el tiempo disponible para dedicar a la actividad. El no tener responsabilidades familiares, en tanto que ser soltero o no tener hijos, parece tener un efecto positivo en la actividad. Se trata, de todas formas, de una variable de impacto comparativamente menor y sin un patrón claro.

Desde el punto de vista de las variables económicas, el *running* muestra una vinculación con los quintiles de mayores ingresos (4 y 5). Si bien no es una actividad asociada a la elite –como el tenis–, dista de tener el alcance popular que tienen otras actividades como el fútbol. A pesar de que la probabilidad máxima de participación en el *running* se da en Patronos y directivos, nuestro mapa perceptual lo agrupa con la categoría de Cuentapropistas calificados, es decir que se trata de una actividad de individuos con buen nivel de ingresos y formación pero que no pertenecen a una elite profesional. La disponibilidad de tiempo es una variable relevante que apareció indirectamente cuando analizamos el efecto del Tipo de hogar. El dedicar más horas al trabajo, para un nivel de ingresos determinado, afecta negativamente la

---

<sup>25</sup> WACQUANT. Un arma sagrada. Los boxeadores profesionales: capital y trabajo corporal, p. 242.

<sup>26</sup> HIJÓS. “¿Todos podemos ser corredores?”: Un análisis sobre la comunidad *runner* y sus vínculos con el mercado, p. 33.

probabilidad de practicar el *running*. La afectación es mayor para la categoría *Runner* que para la categoría *Fun runner*, lo que a priori es razonable dado que el tiempo semanal dedicado a correr es mayor en la primera que en la segunda. Estos hallazgos coinciden con los de los trabajos etnográficos citados anteriormente.

En cuanto al efecto de los hábitos deportivos, la probabilidad de que un deportista practique el *running* (como primera opción o como complemento) es ocho veces mayor que la de alguien sin un deporte alternativo. Esto puede explicarse tanto desde una perspectiva individual –por transferencia de habilidades, agilidad, capacidad aeróbica y muscular, coordinación, etc.–, como desde una perspectiva social, que señala que las disposiciones hacia el deporte constituyen una dimensión de la relación con el propio cuerpo y se inscriben en un estilo de vida. A partir de ambas perspectivas, puede deducirse que el paso más crítico para estimular la práctica del *running* (y cualquier otro deporte) es el de salto de la inactividad a la actividad deportiva en cualquiera de sus formas.

El *running* comparte un espacio relativamente cercano a los sectores más favorecidos de la sociedad y alejado por lo tanto de los sectores más desfavorecidos. Retomando el propósito de nuestro trabajo, el diseño de estrategias de promoción del *running* como forma de estimular su práctica recurrente debe tener en cuenta que esta disciplina no tiene aún el alcance suficiente para llegar a todos estratos de la sociedad. Dados algunos patrones comunes entre el *running* y caminar, las “correcaminatas” o las distancias menores participativas (no competitivas) podrían ser la forma de convertir las maratones en fiestas populares, en el sentido más amplio del término.

Finalmente nos gustaría mencionar que, estando este trabajo en revisión (junio de 2021), el Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación anunció el lanzamiento en 2021 de la segunda Encuesta Nacional de Actividad Física y Deportiva. Consideramos que podría ser de interés replicar este trabajo con los resultados de la nueva encuesta para evaluar el impacto en el *running* de las restricciones a la movilidad implementadas en Argentina durante 2020 a raíz de la pandemia de COVID-19.

\* \* \*

## REFERENCIAS

- ACCIARESI, Pablo. “Ya se me había hecho un hobby, una droga”: Goce, dolor e identificación en un grupo platense de corredores. **Tesis de grado**. Universidad Nacional de La Plata. FaHCE, 2014.
- BOURDIEU, Pierre. **La distinción. Criterios y bases sociales del gusto**. Madrid: Taurus, 1998.
- DOWNWARD, Paul. Exploring the economic choice to participate in sport: Results from the 2002 General Household Survey. **International review of applied economics**, v. 21 n. 5, p. 633-53, 2007.
- EREN, Colleen. Estranged Labor, Habitus, and Verstehen in the Rise of Extreme Endurance Sports. **Journal of Sport and Social Issues**, v. 41 n. 5, p. 1-18, 2017.
- GARCÍA, Jaume; LERA-LÓPEZ, Fernando; y SUÁREZ, María José. Estimation of a structural model of the determinants of the time spent on physical activity and sport: Evidence for Spain. **Journal of Sports Economics**, v. 12, n. 5, p. 515-37, 2011.
- GARTON, Gabriela; e HIJÓS, Nemesia. “La deportista moderna”: género, clase y consumo en el fútbol, *running*, y *jockey* argentinos. **Antípoda**, revista de Antropología y Arqueología, v. 30, p. 23-42, 2018.
- GIL, Gastón. Correr y competir. Rituales de interacción y estilo de vida en el *running*. **Revista del Museo de Antropología**, v. 12, n. 1, p. 105-16, 2019.
- GLASSER, William. Promoting client strength through positive addiction. **Canadian Journal of Counselling and Psychotherapy**, v. 11, n. 4, 1977.
- GÓMEZ ROJAS, Gabriela; GRINSZPUN, Marcela; y SEID, Gonzalo. Clases de deporte y deportes de clase: La distribución de los gustos y prácticas deportivas en el espacio social. En **VII Jornadas de Sociología de la UNLP: “Argentina en el escenario latinoamericano actual: Debates desde las ciencias sociales”**. Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Departamento de Sociología, 2012.
- HIJÓS, Nemesia. La historia del running en Argentina. **Materiales para la Historia del Deporte**, v. 17, p. 122-35, 2018.
- HIJÓS, Nemesia. “¿Todos podemos ser corredores?”: Un análisis sobre la comunidad *runner* y su vínculo con el mercado. **Archivos em movimento**, v. 14, p. 22-38, 2018.
- KORONIOS, Konstantinos; MAVROMATI, Marina; KRIEMADIS, Athanasios; LEIVADITI, Eleni; KOLOVOS, Petros; y PAPADOPOULOS, Andreas. Sport participation and ageing: Evidence from marathon events. In: **GeNeDis**. Springer, Cham, 2017, p. 129-39.
- MATTSON, Mark. Evolutionary aspects of human exercise—born to run purposefully. **Ageing research reviews**, v. 11 n. 3, p. 347-52, 2012.
- PENG, Chao-Ying; SO, Tak-Shing. Logistic regression analysis and reporting: A primer. **Understanding Statistics: Statistical Issues in Psychology, Education, and the Social Sciences**, v. 1, n. 1, p. 31-70, 2002.

SCHEERDER, Jeroen; BREEDVELD, Koen; y BORGERS, Julie. Eds.. **Running across Europe: the rise and size of one of the largest sport markets**. Palgrave Macmillan, London, 2015.

SHIPWAY, Richard; HOLLOWAY, Immy; y JONES Ian. “Organizations, practices, actors, and events: Exploring inside the distance running social world”, **International Review for the Sociology of Sport**, v. 48 n. 3, p. 259-76, 2013.

SMITH, Stuart. Athletes, runners, and joggers: participant-group dynamics in a sport of “individuals”. **Sociology of Sport Journal**, v. 15 n. 2, p. 174-92, 1998

WACQUANT, Loïc. Un arma sagrada. Los boxeadores profesionales: capital corporal y trabajo corporal. En: J. AUYERO. **Caja de herramientas – El lugar de la cultura en la sociología norteamericana**. Buenos Aires: Unqui, 1999, p. 237-92.

\* \* \*

**Recebido para publicação em: 23 mar. 2021.**

**Aprovado em: 15 jun. 2021.**

# **I Censo Anatorg: análise do perfil de lideranças de torcidas organizadas**

**1st Anatorg Census:  
Analysis of the Profile of Leaders of Organized Fan Groups**

**Rosana da Câmara Teixeira**

Universidade Federal Fluminense, Niterói/RJ, Brasil  
Doutora em Sociologia e Antropologia, UFRJ

**Jimmy Medeiros**

Fundação Getúlio Vargas, Rio de Janeiro/RJ, Brasil  
Doutor em Políticas Públicas, Estratégias e Desenvolvimento, UFRJ

**Heloisa Helena Baldy dos Reis**

Universidade Estadual de Campinas, Campinas/SP, Brasil  
Doutora em Educação Física, UNICAMP

**Felipe Tavares Paes Lopes**

Universidade de Sorocaba, Sorocaba/SP, Brasil  
Doutor em Psicologia Social, USP

**RESUMO:** Este artigo apresenta os resultados de uma pesquisa quantitativa que tem como objetivo examinar o perfil de lideranças de torcidas organizadas de futebol. Para realizar esse exame, elaboramos um questionário com perguntas abertas e fechadas, que foram respondidas por 64 torcedores na abertura do IV Seminário Nacional de Torcidas Organizadas, realizado em 2015. Entre outras coisas, essas respostas oferecem uma série de dados sobre o perfil sociodemográfico de tais lideranças, bem como sobre seus relacionamentos com o clube e suas associações. Também oferecem dados sobre seus hábitos, preferências e relacionamentos em dias de jogos.

**PALAVRAS-CHAVE:** Futebol; Torcidas organizadas; Associações.

**ABSTRACT:** This paper presents the results of a quantitative research that aims to examine the profile of leaders of organized football fans. To carry out this exam, we prepared a questionnaire with open and closed questions, which were answered by 64 fans at the opening of the IV National Seminar on Organized Fan Groups, held in 2015. Among other things, these answers offer a series of data on the socio demographic profile of such leaders, as well as their relationships with the club and its associations. They also offer data about your habits, preferences and relationships on game days.

**KEYWORDS:** Football; Organized Fan Groups; Associations.

## INTRODUÇÃO

A Associação Nacional das Torcidas Organizadas do Brasil (Anatorg) foi fundada em 2014, inspirada no ideário dos movimentos ultras alemães e nos trabalhos da Federação de Torcidas Organizadas do Rio de Janeiro (FTORJ) – que surgiu em função do crescimento “[...] das políticas repressivas implementadas por secretários de segurança de estado e por promotores do Ministério Público”.<sup>1</sup> A Anatorg representa, hoje em dia, um segmento social com quase dois milhões de pessoas e busca promover o diálogo entre as torcidas organizadas e entre elas e o Poder Público.<sup>2</sup>

Desde sua fundação, a Anatorg tem buscado estabelecer parcerias com diversos atores da sociedade civil – especialmente, com a academia, a fim de compreender melhor o segmento social que representa e estabelecer linhas de ação que contribuam para transformar, de modo criativo e pacífico, os conflitos no futebol brasileiro. Este artigo apresenta os resultados de um recorte de uma pesquisa que surgiu a partir de uma demanda sua: a de conhecer o perfil dos integrantes das torcidas organizadas e as características dos conflitos entre essas torcidas.

Os estudos sobre as torcidas organizadas consolidaram-se na segunda metade da década de 1990, coincidindo com diversos episódios de violência, que ganharam as manchetes dos principais jornais do país, despertando a preocupação das autoridades e da opinião pública.<sup>3</sup> O tom sensacionalista da cobertura midiática do período era (e continua sendo) construído por meio de figuras retóricas que ajudavam a dramatizar o problema, mas que pouco contribuíram (e contribuem) para a sua compreensão. Os torcedores organizados eram (e continuam sendo) representados por meio de uma série de metáforas, como a da “psicologia das massas”, que faz crer que são intolerantes e emocionalmente instáveis.<sup>4</sup> Ou ainda, a da “natureza”, que os identifica em termos de ações animais e/ou patológicas, colocando-os na

---

<sup>1</sup> HOLLANDA; MEDEIROS. Violência, juventude e idolatria clubística: uma pesquisa quantitativa com torcidas organizadas de futebol no Rio de Janeiro e em São Paulo.

<sup>2</sup> Disponível em: <http://anatorg.com.br/vps/>.

<sup>3</sup> LOPES. *Violência no futebol: ideologia na construção de um problema social*.

<sup>4</sup> HOLLANDA; MEDEIROS. Violência, juventude e idolatria clubística: uma pesquisa quantitativa com torcidas organizadas de futebol no Rio de Janeiro e em São Paulo.

condição de “laranjas podres”, “excrecências”, “animais”, “vírus”, que devem ser eliminados do “corpo social”.<sup>5</sup>

Essa cobertura sensacionalista reflete uma mudança na imprensa, que, nos anos de 1970 e 1980, abordava as torcidas organizadas, principalmente, a partir de seus recursos estéticos e festividades. A partir da década de 1990, a cobertura jornalística passou a ter um papel decisivo no processo de marginalização desses torcedores, quando as matérias passaram a vincular o torcedor organizado quase que exclusivamente com o fenômeno da violência.<sup>6</sup>

Diante dessa vinculação, que construía (e ainda constrói) um nós-civilizado (sociedade em geral) sendo ameaçado por um eles-bárbaros (torcedores organizados), pesquisadores e pesquisadoras decidiram “ir a campo” e estudar, de forma mais sistemática e sistematizada, esses torcedores. Afinal, era preciso ir além dos rótulos e estigmas imputados a eles e compreender seus vínculos sociais, a lógica de suas ações e os processos históricos e sociais que deram origem a suas associações.<sup>7</sup>

Entre os estudos pioneiros, destacam-se, em primeiro lugar, aqueles de tipo etnográfico,<sup>8</sup> que foram fundamentais para a compreensão do *etos* das torcidas organizadas, seus rituais, crenças e valores. Em segundo lugar, aqueles em perspectiva histórica,<sup>9</sup> que facultaram apreender as transformações dessas torcidas ao longo do tempo, à luz da diacronia, com base em fontes históricas. E em terceiro lugar, aqueles de natureza mais “sociológica”,<sup>10</sup> que relacionaram a violência no futebol com a

<sup>5</sup> LOPES. Dimensões ideológicas do debate público acerca da violência no futebol brasileiro.

<sup>6</sup> MELIM, Tatiana. Especial futebol (V): torcidas organizadas e a cobertura da imprensa esportiva. Brasil, 18 jun. 2009. Disponível em: <http://passapalavra.info/2009/06/8662>.

<sup>7</sup> LOPES. Dimensões ideológicas do debate público acerca da violência no futebol brasileiro.

<sup>8</sup> Como os trabalhos de CESAR, BENEDITO TADEU, *Os Gaviões da Fiel e a águia do capitalismo*. Campinas, 1982. Dissertação (Mestrado em Antropologia) - Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Unicamp. TOLEDO, *Torcidas organizadas de futebol*. MONTEIRO, *Torcer, lutar, ao inimigo massacrar: Raça Rubro-Negra! Uma etnografia sobre futebol, masculinidade e violência*. TEIXEIRA, *A Associação Nacional das Torcidas Organizadas do Brasil na arena pública: desafios de um movimento coletivo*. SANTOS, *Dos espetáculos de massa às torcidas organizadas: paixão, rito e magia no futebol*.

<sup>9</sup> HOLLANDA. *Football and fans*.

<sup>10</sup> Como os trabalhos publicados por PIMENTA, *Torcidas organizadas de futebol: violência e autoafirmação. Aspectos da construção das novas relações sociais*. REIS, *Futebol e Sociedade: as manifestações da torcida*. Campinas, 1998. Tese (Doutorado em Educação Física) - Faculdade de Educação Física, Unicamp; REIS, *Futebol e Violência*. MURAD, *A violência no futebol: novas pesquisas, novas ideias, novas propostas*.

violência estrutural das sociedades contemporâneas, apontando para soluções tomadas em outros países, como a Espanha.

Ainda que esses estudos iniciais tenham sido fundamentais para a constituição de um campo de estudos sobre o tema, até pouco tempo atrás, praticamente não existiam dados estatísticos sobre o perfil dos torcedores organizados. Cabe destacar que essa lacuna de dados estatísticos sobre movimentos de torcedores considerados “radicais” também é observada no plano internacional, devido à desconfiança desses torcedores em relação ao uso desses dados. Para agravar a situação, a ausência de associações representativas de torcedores em outros países parece dificultar, ainda mais, a produção desses dados. Não à toa, a maioria dos estudos sobre *hooligans*, *ultras* e *barras* tem apostado na etnografia como prática de pesquisa. De qualquer modo, um dos primeiros estudos quantitativos sobre as torcidas organizadas foi realizado pelo Grupo de Estudos sobre Futebol e Torcidas (GEFUT), da Universidade Federal de Minas Gerais,<sup>11</sup> que aplicou questionário em 308 integrantes de torcidas organizadas de Minas Gerais, incluindo homens e mulheres de todas as idades. Na sequência, foram publicados dois outros estudos. O de Reis e Lopes<sup>12</sup> analisou uma amostra de 804 questionários respondidos por integrantes de torcidas organizadas de São Paulo, incluindo apenas homens com idade entre 15 e 25 anos. Já o de Holanda e Medeiros<sup>13</sup> abrangeu um universo com mais de mil respondentes, todos integrantes de torcidas organizadas de São Paulo e do Rio de Janeiro.

Ainda que se debruce sobre uma amostra significativamente menor do que a dos estudos anteriores, o presente artigo aborda características de torcedores organizados de diversas partes do país, e não apenas de um estado ou de uma região específica. Ademais, enfoca o “núcleo duro” das torcidas – ou seja, suas lideranças. Por possuírem grande poder de influência, elas são determinantes no rumo dos acontecimentos de suas associações, inclusive daqueles relacionados à violência.

Além de ajudar a preencher uma lacuna na literatura científica, o presente artigo é fundamental para reformular as atuais políticas de segurança para os

---

<sup>11</sup> SILVA. Torcedores organizados em Belo Horizonte.

<sup>12</sup> REIS; LOPES. O torcedor por detrás do rótulo: caracterização e percepção da violência de jovens torcedores organizados.

<sup>13</sup> HOLLANDA; MEDEIROS. Violência, juventude e idolatria clubística: uma pesquisa quantitativa com torcidas organizadas de futebol no Rio de Janeiro e em São Paulo.

espetáculos esportivos. Diferentes soluções já foram propostas para o problema da violência, ocorre que, com frequência, as medidas implementadas possuem pouca fundamentação científica e um caráter unicamente repressivo. Essa verve punitivista reflete-se tanto na legislação específica quanto nas políticas públicas, que, sob diversos aspectos, se mostram abusivas contra aquele em nome do qual dizem desfraldar sua bandeira: o torcedor.

A principal legislação brasileira para eventos esportivos, o Estatuto de Defesa do Torcedor, possui, de acordo com alguns autores, artigos inconstitucionais, que generalizam a aplicação da pena para todos os associados de uma torcida organizada, independentemente de sua culpabilidade nos atos ilícitos cometidos por alguns deles<sup>14</sup> – cabe destacar, todavia, que esse caráter inconstitucional é polêmico, uma vez que há uma decisão do Supremo Tribunal Federal afirmando que ela é integralmente constitucional. Já o principal relatório da Comissão Nacional de Prevenção da Violência e Segurança nos Espetáculos Esportivos (Consegue), dos ministérios do Esporte e da Justiça, tem como uma de suas principais fontes de inspiração a “Teoria da Vidraça Quebrada”, que parte do pressuposto de que a delinquência é a causa da deterioração social e não o inverso, apoiando um aparelho penal intrusivo e onipresente.<sup>15</sup>

Considerando que a repressão é necessária em alguns momentos, mas insuficiente para solucionar a questão da violência – tanto que o número de homicídios relacionados aos confrontos no contexto do futebol tem crescido significativamente –,<sup>16</sup> acreditamos que é urgente o investimento em mediação de conflito e em medidas sócio-pedagógicas, como a Bélgica, a Suíça e a Alemanha têm feito (BUSSET; BESSON; JACCOUD, 2014). Contudo, para tanto, é preciso, seguindo o exemplo desses países, realizar um diagnóstico consistente e preciso da situação, o que pressupõe conhecer muito bem o público-alvo dessas ações.

Assim, neste artigo, conforme já antecipamos, optamos por esmiuçar o perfil de parte desse público: as lideranças das torcidas organizadas. Mais exatamente, examinamos alguns de seus hábitos de consumo, vínculos com a torcida e com o

---

<sup>14</sup> GUILHON. Sob a pena da lei: princípios constitucionais, o Estatuto do Torcedor e o cerco às torcidas organizadas no Brasil.

<sup>15</sup> LOPES; REIS. Ideologia, futebol e violência: uma análise do relatório “Preservar o Espetáculo, Garantindo a Segurança e o Direito à Cidadania”.

<sup>16</sup> MURAD, *A violência no futebol: novas pesquisas, novas ideias, novas propostas*.

clube e como realizam seu deslocamento para os jogos. Também foi objeto de análise sua percepção sobre a intolerância no futebol, sobre as atuais medidas de segurança e sobre o funcionamento político-administrativo das torcidas organizadas e de suas entidades representativas.

A fim de alcançar esses propósitos, organizamos o artigo em seis seções, contando com esta introdução. Na segunda seção, apresentamos o desenho metodológico da pesquisa e, na seguinte, detalhamos as características do perfil sociodemográfico das lideranças torcedoras. A quarta seção aborda os perfis dos relacionamentos dessas lideranças com o clube e suas torcidas organizadas. A quinta, por sua vez, analisa os hábitos, preferências e relacionamentos em dias de jogos. Já na sexta e última, fizemos algumas considerações finais, sintetizando os argumentos aqui sustentados.

#### **DESENHO METODOLÓGICO: BASTIDORES DA PESQUISA DE CAMPO, PROCEDIMENTOS DE PRODUÇÃO E ANÁLISE DAS INFORMAÇÕES**

Conforme antecipado, este estudo surgiu de uma demanda da Anartog, que pretendia conhecer melhor o perfil dos associados. Um de seus diretores, João Paschoa, contatou-nos para saber do interesse em levar a cabo uma pesquisa quantitativa, de abrangência nacional, com torcidas organizadas. Diante da relevância dessa solicitação e de uma oportunidade única de executar uma investigação dessa natureza, decidimos desenvolver uma enquete com torcidas de todo o país, nas visitas da Anartog às sedes. No entanto, consideramos relevante realizar, antes, uma primeira etapa exploratória, com uma amostra menor e mais focalizada nos líderes.

A sondagem foi levada a cabo durante o IV Seminário Nacional de Torcidas Organizadas, realizado em São Paulo, entre os dias 11 e 12 de dezembro de 2015. Organizado pelo Ministério do Esporte, este seminário contou com a presença de lideranças de todo o país, assim como de acadêmicos, autoridades públicas e operadores do Direito. Com base nas pesquisas encontradas na revisão de literatura especializada e em algumas demandas da Anartog, elaboramos um questionário com 73 perguntas, que foram respondidas por grande parte dos participantes do seminário (64 torcedores) no primeiro dia do evento, momento de maior audiência. Trata-se, portanto, de uma amostra não probabilística por conveniência.

Cabe mencionar que não consideramos a aplicação de questionários um procedimento necessariamente mais objetivo ou rigoroso do que outros, habitualmente utilizados em pesquisas com torcidas organizadas, como entrevistas em profundidade, observação participante e registros etnográficos. Afinal, não se trata de assumir uma perspectiva (ingênuo) que crê que os instrumentos quantitativos são mais confiáveis do que os qualitativos, representando fidedignamente a realidade. Ambos são atravessados pela subjetividade do pesquisador, uma vez que seus resultados dependerão de suas escolhas. É ele que, em última instância, define o método e a amostra. Conforme nos recorda Best,<sup>17</sup> não coletamos dados estatísticos como coletamos conchinhas na praia. Trata-se de uma perspectiva complementar para observar o grupo pesquisado, produzindo novos dados de maneira a ilustrar, enriquecer e aprofundar o conjunto das reflexões.

Ademais, não podemos perder de vista que o desenvolvimento dessas estratégias se dá no contexto das relações estabelecidas entre pesquisador-interlocutor. Conforme assinala Aaron Cicourel: “Tanto a observação participante quanto as entrevistas não estruturadas e os questionários de levantamentos estatísticos (*surveys*) pressupõem a existência de uma comunidade entre ator e observador”.<sup>18</sup>

Na medida em que o observador participa do contexto sob observação, pode ser solicitado a cooperar em determinadas situações sociais, conforme aconteceu conosco. Daí a importância de explicitar os trânsitos e percursos dos estudiosos no campo, as condições em que tais informações puderam ser obtidas. A busca da Anartog por estabelecer uma relação de cooperação conosco revela que se constituiu, ao longo do tempo, uma relação de confiança entre nós. Relação fruto de diálogos que construímos, de forma contínua e sistemática, desde 2005 e que foram se consolidando a partir de 2010 (após a formação da FTORJ) em reuniões em universidades, em uma viagem de intercâmbio à Alemanha, em seminários governamentais, em encontros com torcidas, entre outros eventos no espaço público.

Nessa relação de cooperação, contamos com interlocutores estratégicos. Em diferentes situações, discutimos questões, expusemos dúvidas, arriscamos interpretações, compartilhamos opiniões. João Paschoa, em especial, teve um papel central

---

<sup>17</sup> BESTE. Audiences evaluate statistics.

<sup>18</sup> CICOUREL. Teoria e método em pesquisa de campo, p. 99.

na pesquisa.<sup>19</sup> Ao nos convidar para elaborar o Censo, ofertou-nos a possibilidade de ter acesso a dados preciosos para nossos estudos, difíceis de serem conquistados em razão das suspeitas que predominam no meio torcedor sobre interpretações que tendem a ser utilizadas contra eles, muitas vezes em tom de acusação. Outro colaborador-chave foi Flávio Frajola, que igualmente discutiu as questões do questionário conosco e compartilhou suas opiniões. Também não podemos deixar de mencionar o então presidente da ANATORG, André Azevedo, que apoiou a produção da pesquisa. Importante observar que havia a expectativa por parte da associação de que nossas análises contribuíssem para uma melhor compreensão acerca da multiplicidade de experiências e configurações que permeiam o universo torcedor em um país continental diverso e desigual como o Brasil. Apostava que esses conhecimentos a auxiliaria na sua caminhada inicial, na interlocução com seus pares e na definição de estratégias para angariar apoio.

Estas considerações mostram a fecundidade do pensamento de Marcel Mauss no Ensaio sobre a Dádiva (1925/1974), quando trata das obrigações recíprocas envolvidas na troca entre parceiros. Após analisar as modalidades de trocas nas sociedades arcaicas, Mauss sustenta que a tríplice obrigação de dar, receber e retribuir, que constitui a teoria da dádiva, permite compreender que os bens produzidos e trocados pelos membros não são apenas materiais, mas, especialmente, de ordem simbólica, demonstrando, de modo exemplar, que o valor das coisas não é superior ao valor da relação. Alain Caillé, fundador e editor da *Revue du M. A. U. S. S.* (Movimento Anti-Utilitarista nas Ciências Sociais),<sup>20</sup> tem defendido a teoria da dádiva como modelo interpretativo para se pensar os fundamentos da solidariedade e da aliança nas sociedades contemporâneas (CAILLÉ 1998). O resgate das ideias de Mauss, a partir de uma perspectiva sociológica, enfatiza a complexidade das

---

<sup>19</sup> FOOT-WHITE. Treinando a observação participante.

<sup>20</sup> O Movimento Anti-Utilitarista nas Ciências Sociais foi fundado na França, em 1981, e faz parte de um amplo processo de renovação das ciências sociais. O termo M.A.U.S.S. é tanto uma homenagem a Marcel Mauss quanto expressa a divulgação dos debates em torno da teoria da dádiva destacando seu potencial para uma crítica à doutrina neoliberal, contribuindo para romper com o modelo dicotômico que afirma que a sociedade moderna ou seria fruto da ação do Estado ou do movimento do mercado. De acordo com Martins (2005, p. 62): “na dádiva participam a obrigação e o interesse, mas também a espontaneidade, a liberdade, a amizade, a criatividade. A sociedade, nessa perspectiva relacional, é um fenômeno social total, porque ela se faz primeiramente pela circulação de dádivas (presentes, serviços, hospitalidades, doações e, também, desejos, memórias, sonhos e intenções), considerados símbolos básicos na constituição dos vínculos sociais”.

motivações envolvidas nas interações sociais, e o valor-confiança como elemento central na constituição do vínculo social (CAILLÉ, 2002, GODBOUT, 2002). A confiança, como bem simbólico, circula a favor do reconhecimento mútuo dos parceiros de trocas e da validação da relação.

No caso aqui analisado, observamos que, em nome dessa relação, desse acordo, Paschoa, assim como outros diretores da Anartog, teve papel decisivo na distribuição e aplicação dos questionários durante o IV Seminário em São Paulo. Afinal, havia ali uma desconfiança generalizada por parte dos torcedores em relação ao uso que seria feito das informações. Muitos temiam que elas pudessem ser repassadas à polícia, a fim de criminalizá-los. Portanto, graças à sua mediação, sinalizando que éramos “pessoas confiáveis” e “parceiros” da Anartog, eles sentiram-se à vontade para preencher o questionário e nos entregá-los.

O questionário foi composto por questões abertas e fechadas, redigidas em uma linguagem clara e objetiva. Para o delineamento das questões, fizemos diversas consultas aos diretores da Anartog antes da formulação final. Eles nos indicaram, também, quais perguntas poderiam causar desconforto e constrangimento. Uma vez definidas as perguntas, elas foram organizadas em três eixos temáticos: dados gerais, caracterização dos torcedores e caracterização dos conflitos. Neste artigo, debatemo-nos, como já antecipamos, apenas sobre os dois primeiros.

Para fins de análise, as respostas relativas a esses eixos foram classificadas em um banco de dados no software SPSS. Por meio de recursos de verificação – comandos de frequência e cruzamento – exploramos o conjunto de informações obtido, considerando a discussão na literatura, bem como o contexto vivenciado pelos grupos envolvidos.

#### **CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICAS DAS LIDERANÇAS TORCEDORAS**

Conforme já antecipamos, no Brasil, é possível encontrar alguns *surveys* realizados com membros de torcidas organizadas.<sup>21</sup> Nenhum desses, todavia, focaliza as lideranças dessas torcidas e possui uma abrangência nacional. Ainda que nossa amostra (64

---

<sup>21</sup> MEDEIROS; HOLLANDA. Métodos quantitativos e ciência de dados nos estudos do esporte: prolegômenos a uma relação emergente.

questionários) possa ser, inicialmente, vista como pequena, ela consegue mensurar uma série de dados e informações a respeito de tais lideranças. Os 64 respondentes fazem parte de 46 torcidas organizadas de 36 clubes brasileiros. Todas as regiões do país estão contempladas na amostra, tendo 30 casos do Sudeste, 18 do Nordeste, 8 do Sul, 6 do Centro-Oeste e 1 do Norte. Isso, decerto, foi possível por conta da realização do evento do extinto Ministério do Esporte com as lideranças torcedoras.

Somente um dos participantes da pesquisa quantitativa é do sexo feminino – dado que indica a prevalência masculina na liderança nas torcidas organizadas. Prevalência que também se faz na base torcedora – 90% dos integrantes das torcidas organizadas do Rio de Janeiro e 86% dos membros das de São Paulo são homens, conforme apontam Hollanda e Medeiros.<sup>22</sup> Apesar dessa prevalência, o caso dessa participante é bastante simbólico, visto que marca a participação feminina em meio às lideranças. Essa presença tem sido cada vez mais recorrente nos espaços das arquibancadas ocupadas pelas torcidas organizadas.

Vale ressaltar, no entanto, que essa participante integra uma torcida de pequeno porte, que não é considerada de “pista”, ou seja, que não é reconhecida pelos outros torcedores organizados como violenta. Trata-se de uma torcida vista como “de família”, em que há, inclusive, uma intensa participação de crianças e pessoas idosas nas caravanas. Essa informação é importante, pois sugere que só há possibilidade de uma mulher galgar na estrutura de poder de torcidas organizadas em que a honra não está necessariamente vinculada a um ideal de virilidade que precisa ser provado por meio da participação em embates corporais contra torcedores adversários, ou seja, em que as práticas e representações de seus integrantes não são tão influenciadas por um modelo de “masculinidade agressiva”.<sup>23</sup>

Outra característica sociodemográfica mapeada com o estudo é o perfil de cor ou raça das lideranças das torcidas organizadas. A pesquisa possibilitou identificar 55% dos respondentes auto-classificados como brancos. De acordo com dados da Pesquisa Nacional por Amostragem de Domicílios Contínua do IBGE (2019), esse

---

<sup>22</sup> HOLLANDA; MEDEIROS. Violência, juventude e idolatria clubística: uma pesquisa quantitativa com torcidas organizadas de futebol no Rio de Janeiro e em São Paulo.

<sup>23</sup> Sobre a participação das mulheres em torcidas organizadas e a hierarquia, sugerimos consultar: MORAES, Carolina Farias Morais e REIS, Heloisa Helena Baldy dos. Torcedoras organizadas: o jogo das negociações. AutorEsporte, 2021.

grupo no Brasil chega a 41,8%, indicando uma sobrerrepresentação de homens brancos nas lideranças das torcidas organizadas.

Ainda sobre o perfil dos participantes, 61% dos respondentes eram solteiros, 5% divorciados e o 1/3 restante era casado. A título de comparação, Holanda e Medeiros (2016) identificaram, em um *survey* realizado com torcedores organizados dos grandes clubes do Rio de Janeiro e São Paulo, uma proporção maior de “solteiros” (cerca de 75% dos respondentes), bem como cerca de 20% de casados e 3% divorciados. Conforme retomaremos, nossa hipótese é que essa proporção pode ser explicada pela diferença de idade entre as lideranças e a base torcedora. De qualquer modo, mesmo entre as lideranças, o número de “solteiros” é significativo, o que nos permite formular outra hipótese: a de que o estabelecimento de relacionamentos erótico-afetivos duradouros dificulta o engajamento exigido de um torcedor organizado mais engajado nas atividades das agremiações torcedoras, que inclui a participação em caravanas que podem durar dias. Afinal, o IBGE identificou, em 2010, que 46% dos brasileiros estavam casados e 43% eram solteiros. Proporções bem distintas das verificadas nos grupos torcedores organizados, seja liderança, seja o organizado, em geral.

No que concerne ao perfil etário, 52% dos respondentes têm até 30 anos de idade. Outros 31% têm entre 31 e 40 anos de idade e mais 15% estão na faixa dos 41 aos 50 anos. Somente 2% das lideranças entrevistadas tinham mais de 50 anos de idade. A pesquisa de Holanda e Medeiros (2016) identificou uma proporção mais jovem na base da composição da pirâmide hierárquica das torcidas organizadas: em São Paulo 67% tinham até 30 anos, ao passo que no Rio de Janeiro a proporção chega a 87%. Já Reis (2016), ao se debruçar sobre o cadastro, de 2005, da maior torcida organizada paulistana, identificou que 90% dos 65 mil cadastrados eram homens com idade média de 30 anos e meio e 10% de mulheres com idade média de 30 anos e nove meses.<sup>24</sup>

A aplicação do questionário permitiu ainda identificar que a grande maioria das lideranças possui ao menos o Ensino Médio completo. Por exemplo, 40% dos respondentes tinham completado o Ensino Médio e 47%, o Ensino Superior / Pós-

---

<sup>24</sup> REIS, Heloisa Helena Baldy. O perfil do torcedor organizado e a política brasileira para o futebol espetáculo. *Triade*, v. 4, n. 7, jun 2016.

graduação. Essa proporção é ligeiramente maior do que a dos torcedores do Rio de Janeiro e São Paulo investigados na pesquisa de Hollanda e Medeiros.<sup>25</sup> Esse padrão de escolaridade reflete-se no padrão da ocupação profissional, pois 81% tinham algum tipo de vínculo de trabalho, seja informal, seja formal CLT, servidor público ou empresário. Esse dado contribui para desconstruir o discurso recorrentemente veiculado na “grande imprensa”, principalmente quando ocorrem brigas e protestos, que afirma que os torcedores organizados são “vagabundos”, “desocupados”, “torcedores profissionais”.<sup>26</sup> Na verdade, esses torcedores parecem conciliar as atividades da torcida com atividades profissionais. Inclusive, um dos autores deste artigo, à época do doutorado, teve de reagendar algumas entrevistas com lideranças de torcidas justamente por conta das atividades profissionais destas últimas.

Por fim, a pesquisa identificou que 44% ainda residiam com os pais, dado que pode estar relacionado ao fato de que grande parte dos respondentes tinham idade inferior a 30 anos. Ao mesmo tempo, 41% declararam ter ao menos um filho. Já na supramencionada pesquisa de Reis (2016), identificou-se 93,4% de solteiros e 6,5% de casados.

#### **RELACIONAMENTOS COM O CLUBE DO CORAÇÃO E TORCIDA ORGANIZADA**

A aplicação do questionário também possibilitou mensurar diversas questões a respeito do relacionamento da liderança das torcidas organizadas com o seu clube do coração e com a sua torcida. Aqui, vale sublinhar que, hoje em dia, reconhece-se a existência do fenômeno da bifiliação e da trifiliação clubística (TOLEDO; CAMPOS, 2013).<sup>27</sup> Este fenômeno, todavia, não foi por nós abordado, mas, certamente, merece ser pesquisado em novos estudos sobre as torcidas organizadas. Dito isto, destacamos que identificamos que apenas 6 respondentes – cerca de 9% do total da amostra pesquisada – não possuem vínculo institucional com o clube, seja como sócio-proprietário, seja como sócio-torcedor. Nestes casos, a ligação é mantida pelo “amor” e

---

<sup>25</sup> HOLLANDA; MEDEIROS. Violência, juventude e idolatria clubística: uma pesquisa quantitativa com torcidas organizadas de futebol no Rio de Janeiro e em São Paulo.

<sup>26</sup> TEIXEIRA. A Associação Nacional das Torcidas Organizadas do Brasil na arena pública: desafios de um movimento coletivo.

<sup>27</sup> TOLEDO; CAMPOS. O Brasil na arquibancada: notas sobre a sociabilidade torcedora.

“respeito” ao clube e, principalmente, pelo vínculo com a torcida organizada dedicada ao clube.

Em uma análise em separado, identificamos 81% com posse de título de sócio do clube de futebol, sendo que 2 respondentes (3%) não responderam à pergunta e 10 declararam (16%) não ter este tipo de filiação (Gráfico 1). A posse do título sócio-proprietário é fundamental para permitir participação no processo eleitoral da instituição para a escolha do presidente e dos grupos que vão administrar o clube, por exemplo. Não à toa, uma das primeiras reivindicações dos Gaviões da Fiel, do Corinthians, foi a criação de uma modalidade mais popular desse título, que facultasse sua base associada exercer influência sobre os rumos do clube. Além disso, este título possibilita usufruir das instalações e dependências clubísticas.

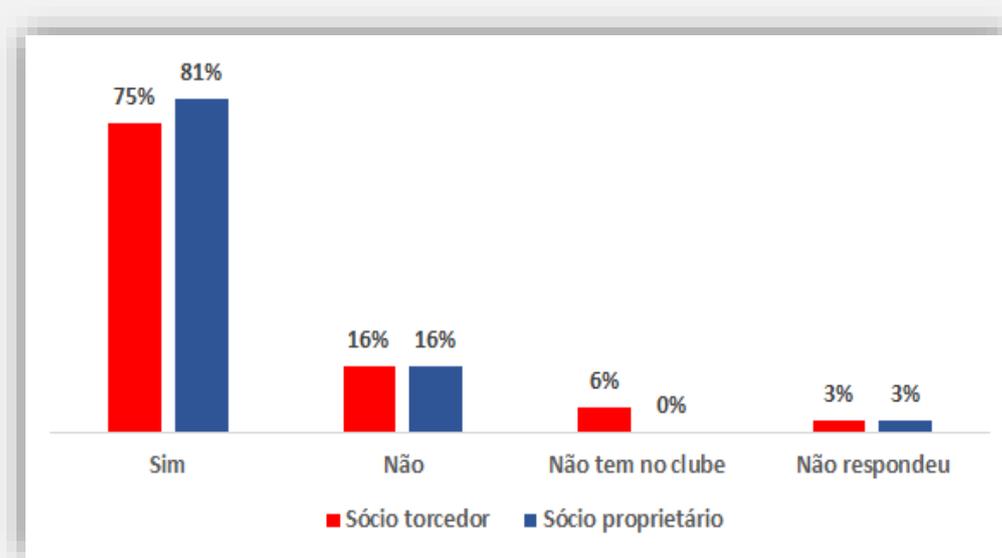
De forma complementar, 75% dos respondentes têm filiação com o programa sócio-torcedor do clube do coração. Além destes, 4 respondentes (6%) relataram que o clube não possui este tipo de programa, 2 respondentes (3%) optaram por não responder à pergunta e outros 10 declararam (16%) não ter este tipo de filiação (Gráfico 1).

Essa fidelização, de modo específico, é um fenômeno recente e emergiu no Brasil como elemento do processo de modernização do futebol. A adesão responde a diversas motivações, racionais ou não, dos torcedores organizados. Por exemplo, a motivação pela adesão tem bases sentimentais – na medida em que enseja um sentimento de pertencimento e de que se está colaborando com o clube – e econômicas – uma vez que permite usufruir de vantagens oferecidas por empresas conveniadas e facilidades de acesso ao ingresso dos jogos do clube, quando mandante.<sup>28</sup>

Cabe sublinhar que, em função da pressão exercida por coletivos de torcedores (não necessariamente compostos por integrantes de torcidas organizadas), os sócio-torcedores de clubes como o Bahia e o Internacional têm, hoje em dia, direito a voto. O programa oferecido pelo Fluminense possui uma modalidade que confere direito ao voto, após dois anos de filiação.

---

<sup>28</sup> MEDEIROS; GUEDON. Fidelização econômico-torcedora e laços de vinculação com o clube: uma análise dos programas sócio-torcedor cariocas.

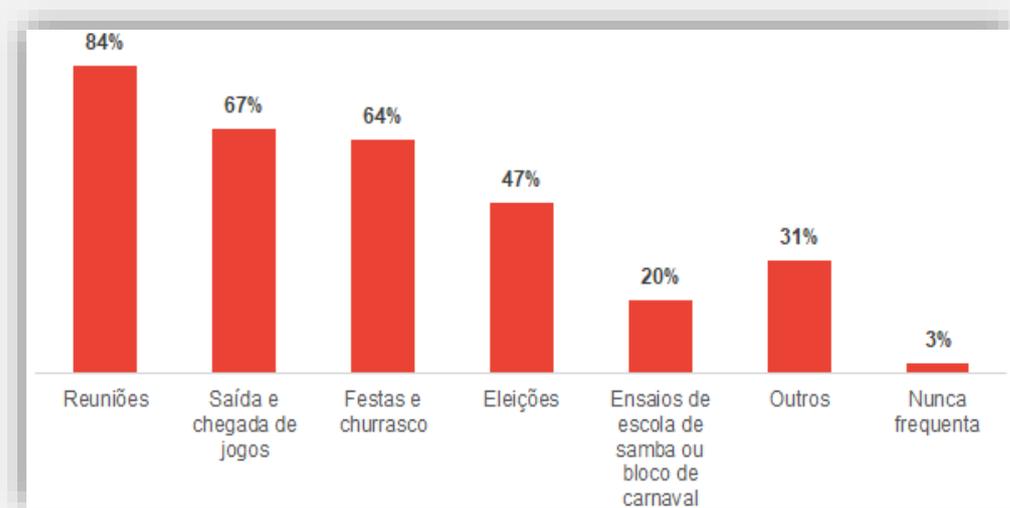


**Gráfico 1** - Perfil das filiações dos torcedores respondentes em relação ao programa sócio torcedor e patrimonial do clube (%).

Para além das distintas formas de relacionamento com o clube, a pesquisa buscou identificar – com maior detalhamento – as diferentes formas de relacionamento com a torcida organizada. Um primeiro aspecto mapeado foram as ocasiões e eventos que a liderança consultada frequenta a sede da torcida. Embora de forma contraintuitiva, pois selecionamos para a pesquisa somente lideranças torcedoras, dois respondentes indicaram “nunca” frequentar a sede da torcida. Todos os outros 62 respondentes afirmaram ir por, ao menos, um motivo. Uma hipótese para a explicação do caso desses dois torcedores é que suas torcidas estavam, naquele momento, “rachadas” internamente. A título de exemplo: durante certo período, os Gaviões da Fiel, do Corinthians, viveram um conflito interno, o que levou à sua fragmentação, no início dos anos 2010 – quando havia o grupo da “quadra” e o da “Rua São Jorge”. Este segundo, que incluía lideranças históricas, deixou de frequentar a sede.

Considerando as opções elencadas no questionário – e presentes no gráfico 2 –, 15 respondentes declararam ir apenas por 1 motivo. Outros 15 frequentam por 2 ou 3 motivos, ao passo que 18 respondentes informaram 4 motivos. E os demais 14 respondentes indicaram de 5 a 7 motivadores. O motivador mais comum é a ida à sede por conta das reuniões da torcida, sendo citada 84% dos respondentes. Este é seguido pelas saídas e chegadas de jogos (67% dos casos) e festas e churrascos

(64% dos casos). Eleições mobilizam poucas dessas lideranças (com 47% dos casos) e os ensaios de escola de samba (20%) ainda menos – importante sublinhar, todavia, que essa última é uma particularidade de algumas organizadas paulistanas (Gráfico 2).



**Gráfico 2** - Motivadores da ida à sede da Torcida Organizada (% de sim).

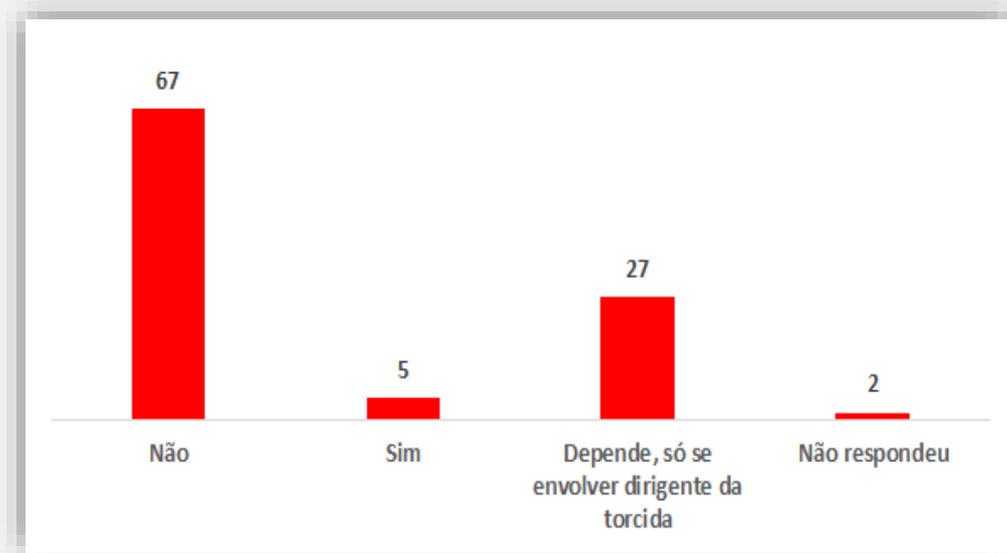
Em seguida, os respondentes foram questionados sobre formas de contribuições financeiras junto às torcidas organizadas, sendo considerada como uma das modalidades de ligação com a agremiação. Neste sentido, somente 3 respondentes declararam não efetuar nenhum tipo de contribuição, seja eventual, seja periódica. Dentre os demais, a modalidade mais comum é o pagamento de mensalidade, mencionada por 65% dos respondentes, ao passo que a compra de roupas e/ou souvenirs é declarada por 56% dos casos. Em menor medida, 17,5% informaram a realização de doações esporádicas, além de outras formas de doações e/ou contribuições feitas por cerca de 20% das lideranças.

A pesquisa também possibilitou dimensionar a percepção das lideranças a respeito da realização de eleições para escolha de presidente e membros do conselho. Um primeiro dado apontou que 72% dos respondentes mencionaram que suas torcidas realizam eleições periodicamente para escolha das suas lideranças. Esse dado é particularmente importante, pois serve para desfazer a ideia-feita de que as torcidas

organizadas possuem “donos” e que a transição do poder ocorre somente mediante o emprego da violência física, como acontece, por exemplo, nas *barras* argentinas.<sup>29</sup>

Ainda sobre percepções gerais a respeito das torcidas organizadas, o *survey* abordou o tema específico de aplicação de punição às torcidas por conta do comportamento violento de algum de seus integrantes. Este tema está presente na agenda pública da área da segurança pública desde a criação do Estatuto do Torcedor e das diversas suspensões temporárias às torcidas organizadas.

Conforme o esperado, grande maioria dos respondentes é contra esse tipo de punição. Se dois terços dos respondentes se opõem a essa prática, apenas 5% declararam adesão a ela. Um grupo representativo, composto por 27% dos respondentes, apoia algum tipo de punição à torcida, desde que o dirigente da torcida esteja envolvido no caso de violência (Gráfico 3).



**Gráfico 3** - Torcida deve responder pelo comportamento violento (%).

Adicionalmente, a pesquisa permitiu identificar a percepção das lideranças de três outros aspectos relevantes desse campo. O primeiro aborda a relação clube e torcidas no que concerne à doação de ingressos do primeiro para o segundo. Nesse sentido, apenas  $\frac{1}{3}$  dos respondentes ainda concordam com a antiga prática de o clube do coração doar ingressos às distintas torcidas organizadas. Este grupo vai em

<sup>29</sup> GRABIA. *La Doce: a Explosiva História da Torcida Organizada Mais Temida*.

sentido contrário às orientações e determinações do Ministério Público (MP) de vários estados brasileiros. É comum encontrar na grande mídia diversos acordos entre MP e clubes de futebol para impedir essa prática.

O segundo dimensionou certa adesão à profissionalização dos clubes e torcidas por meio do pagamento de salários para os dirigentes das duas instituições: 54% dos respondentes defenderam que os dirigentes de torcidas organizadas devem receber salários enquanto 62% defenderam o mesmo para os dirigentes de clubes. Defesa que legitima o processo de profissionalização das torcidas e dos clubes de futebol e que, por conseguinte, se contrapõe ao *ethos* aristocrático do amadorismo, que exalta o “amor desinteressado” por essas instituições.

#### **HÁBITOS E RELACIONAMENTOS DO DIRIGENTE DE TO COM OS JOGOS DO CLUBE**

Para aprofundar no conhecimento do perfil dos dirigentes das torcidas organizadas, parte do *survey* abordou questões sobre hábitos, preferências e relacionamentos do público pesquisado em relação às idas aos jogos do clube do coração. Para isso, inicialmente, identificamos a frequência geral dos respondentes aos jogos, com base em uma escala mais qualitativa do que quantitativa. Assim, 31% dos respondentes informaram ter ido a todos os jogos do clube no ano anterior, sendo a categoria de maior engajamento. Em um nível de engajamento abaixo, 53% declararam ter ido a todos os jogos como mandante e somente alguns como visitante. Em sequência, 11% informaram ter frequentado alguns jogos como mandante e alguns como visitante. Essas três categorias concentram 95% dos casos e os 5% restantes estão dispersos, de forma equitativa, nas categorias “alguns como mandante nunca visitante”, “alguns jogos como mandante e em alguns como visitante” e “não respondeu”.

Mais interessante ainda foi identificar que 94% dos respondentes ficam nos estádios “sempre” junto às suas torcidas organizadas. Os demais respondentes mencionaram que ficam nos estádios junto com os membros das agremiações torcedoras em quase todos os jogos. Essa elevada adesão de estar nos jogos junto a sua torcida era esperado, dado que a amostra da pesquisa está focada em lideranças torcedoras.

Adicionalmente, identificamos a companhia utilizada para a ida aos estádios. Os respondentes podiam mencionar mais de uma opção de resposta, portanto.

Nesse sentido, o percurso até os estádios é feito, em grande maioria dos casos, junto com outros membros da torcida organizada, conforme mencionado por 76% dos respondentes. É comum também ir aos jogos acompanhado de familiares, namoradas(os) e cônjuge (30% das menções). A opção sozinho foi apontada por 22% das lideranças, bem como ir junto de amigos e vizinhos que não pertencem à torcida organizada foi apontada por 13% dos casos (Gráfico 4).

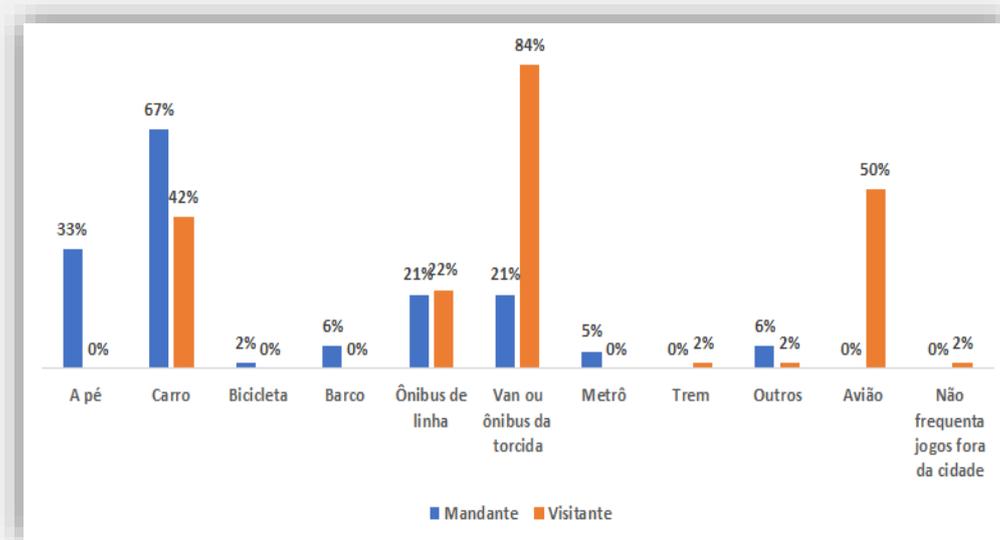


**Gráfico 4** - Companhia utilizada para ir aos jogos do clube (% de sim).

Em sequência, identificamos o meio de transporte utilizado para a ida aos jogos quando o clube é mandante e visitante. Esse tipo de informação expõe comportamentos torcedor que permite fugir de preconceções. Nem toda liderança torcedora vai à sede da torcida para, em seguida, ir ao estádio. E nem toda liderança vai aos jogos nos ônibus da agremiação. Ademais, encontramos diferenças marcantes causadas, sobretudo, por conta da logística e do distanciamento da residência do respondente e da sede da torcida organizada. Por exemplo,  $\frac{1}{3}$  dos respondentes mencionaram que vão aos jogos a pé, quando o clube é mandante e nenhum apontou esta opção em caso de ser visitante no jogo. Nesse mesmo sentido, o uso do carro particular é maior em caso de jogos como mandante (67% dos casos) do que visitante (42% dos casos) (Gráfico 5). Esses números não confirmam nossa hipótese inicial de que o acompanhamento do deslocamento coletivo da torcida é uma atividade central

para as lideranças. Inclusive, é preciso recordar que as caminhadas até o estádio são extremamente valorizadas por essas associações – que, inclusive, têm o hábito de compartilhar imagens desses momentos nas suas redes sociais virtuais.

Em sentido contrário, o uso de avião é maior em caso de jogos como visitante do que mandante, devido às longas distâncias. O mesmo padrão ocorre com o uso de van ou ônibus da torcida organizada em que 21% dos torcedores usam esta opção em caso de jogos como mandante e a proporção sobe para 84% dos casos quando o jogo é visitante. Esta modalidade configura maior controle do trajeto e autonomia para o grupo na viagem. Já o uso de ônibus de linha tem proporções parecidas, seja como mandante (21% dos casos), seja visitante (22% dos casos), sendo importante considerar que a modalidade visitante pode ocorrer em jogos na mesma cidade da sede do clube que o entrevistado torce (Gráfico 5).



**Gráfico 5** - Meio de transporte utilizado para ir aos jogos do clube quando mandante e visitante (% de sim).

Em seguida, abordamos aspectos sobre a compra de ingresso. De início, identificamos os locais utilizados para a aquisição do mesmo, sendo a sede da torcida (42%) e as bilheterias oficiais dos clubes (39%) os locais mais recorrentes, dentre as lideranças consultadas. Há menções de compra pela internet (9%), porém de forma ainda mais incipiente. E um grupo mais restrito consegue receber como doação da torcida organizada (9%), evitando dispêndio financeiro do líder torcedor.

Para complementar esses comportamentos, identificamos mais algumas preferências. Por exemplo, 48% declararam adquirir o ingresso com dias de antecedência, portanto, é sempre importante que os clubes abram a venda de ingressos com boa antecedência. A compra do ingresso na concentração da diretoria da torcida organizada foi mencionada por 23% dos respondentes. Com a mesma proporção, 23% informaram adquirir o ingresso somente no estádio. Em menor medida, 7% declararam adquirir os ingressos com membros da torcida no bairro de encontro para a ida aos jogos e, por fim, 5% declarou comprar com membros da torcida no bairro, sem especificar o momento. Assim, a pesquisa – realizada em 2015, cabe recordar – possibilitou identificar a presença da prática de aquisição de ingressos junto com a torcida, mas já em um período de transição para a compra junto ao clube, bilheterias e programas sócio-torcedor.

Diante do exposto, podemos afirmar que o conjunto de questões abordadas na pesquisa contribui para oferecer um quadro geral a respeito das lideranças torcedoras, tornando mais concreto o perfil socioeconômico e dando luz e voz a este público sobre as características dos seus relacionamentos com o clube do coração e a torcida que representa. Além disso, busca dimensionar alguns hábitos em dias de jogos. A abordagem selecionada para esta análise é a quantitativa, para permitir dimensionar esses perfis para todo o grupo. Em geral, a abordagem qualitativa é a mais utilizada em investigações com lideranças torcedoras,<sup>30</sup> ao passo que os estudos quantitativos tratam de grandes coletivos, sejam os organizados, sejam os não organizados.<sup>31</sup> Desta forma, os dados apresentados contribuem por oferecer uma abordagem complementar a outras pesquisas do campo.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo permite-nos tecer algumas linhas interpretativas. Nos quase sete anos de existência, configurou-se em torno da Anartog uma arena pública, constituída por

---

<sup>30</sup> TEIXEIRA. A Associação Nacional das Torcidas Organizadas do Brasil na arena pública: desafios de um movimento coletivo.

<sup>31</sup> MEDEIROS; HOLLANDA. Métodos quantitativos e ciência de dados nos estudos do esporte: prolegômenos a uma relação emergente.

vários palcos de atuação e seus respectivos bastidores. No trânsito por diferentes cenas públicas (seminários do governo federal, debates na mídia, em universidades, reuniões com torcidas, participação em audiência na Assembleia Legislativa do Rio de Janeiro, encontros com representantes de órgãos de segurança e forças policiais, diálogos nas redes sociais, presença nos estádios), essa associação tentou estabelecer pontes e mobilizar múltiplos atores sociais para sua causa. Contudo, também enfrentou resistências, críticas e cobranças. Em certos momentos, foi confrontada com situações problemáticas, como, por exemplo, a intensificação de casos de violência envolvendo torcidas pelo país, que colocavam à prova sua capacidade de gerenciar os conflitos interorganizacionais.

Por tudo isto, a criação de uma entidade nacional de torcidas organizadas situa o Brasil em amplo debate internacional sobre as novas faces do associativismo em torno do futebol profissional.<sup>32</sup> Inúmeros estudos vêm acompanhando os esforços desses grupos em dar tréguas nas rivalidades para organizar alianças e se lançar no espaço público em defesa do seu estilo de torcer.<sup>33</sup> Seguindo esse rumo, concordamos que as associações são espaços de sociabilidade e socialização, contextos híbridos de experiências, engajadas em relações de colaboração em que a unidade e a continuidade são problemas práticos cotidianos:

As associações são menos sistemas de funções bem integradas do que produtos instáveis, sempre em transformação, de nexos de ações e de interações em contato com uma 'ordem local'. Elas são arenas de trocas e de conflito, de cooperação e competição, de invenção de soluções a problemas de negociação de convenções coletivas e de composição de racionalidades múltiplas.<sup>34</sup>

Nesse sentido, a experiência recente da Anartog tem contribuições a dar para uma melhor compreensão do fenômeno social do associativismo na contemporaneidade. Em seu protagonismo, difunde novas gramáticas traduzindo seu sentimento de indignação e injustiça em agendas reivindicatórias, posicionando-se como sujeito de direitos frente ao processo de mercantilização do futebol e de criminalização de

---

<sup>32</sup> BUSSET. BESSON. JACCOUD. *L'autre visage du supportérisme. Autorégulations, mobilisations collectives et mouvements sociaux*.

<sup>33</sup> BUSSET. GASPARINI. *Aux frontières du football et du politique. Supportérisme et engagement militant dans l'espace public*.

<sup>34</sup> CEFAÏ; VEIGA; MOTA. Introdução, p. 35.

suas performances. Contestatórias e catárticas, tais performances têm sido consideradas inadequadas e indesejáveis. Em contrapartida, assume o compromisso de trabalhar junto às torcidas para a redução dos confrontos, e na conscientização da importância de defenderem suas instituições. Um empreendimento, sem dúvida, marcado por ambiguidades e paradoxos.

Dia após dia, a questão da representatividade está no cerne das suas preocupações, pois precisa definir um projeto coletivo em que as organizações torcedoras se sintam contempladas. Todavia, muitas vezes, sua relação estreita com o Estado gerou sentimentos de incertezas no que diz respeito à sua autonomia. O dilema estava posto: ter uma participação efetiva em instâncias de diálogo e deliberação na esfera federal, que subsidiava eventos e colocava face a face torcedores e membros de diferentes instituições, e representar os interesses dos seus associados.

Concebida e lançada nos bastidores do III Seminário Nacional de Prevenção da Violência em 2014, a Anatorg viu-se frente a um duplo desafio: provar a autenticidade dos seus propósitos junto à opinião pública e conquistar a aprovação das torcidas organizadas do país. Contudo, “à medida que a associação avança nas teias burocráticas, seus líderes sofrem acusações de terem se afastado das bases, de não “serem mais de arquibancada”.<sup>35</sup> Isto demonstra que a relação com o Estado afetou o conjunto das relações no interior do próprio movimento, gerando em alguns momentos dúvidas, críticas e desconfianças. Estava clara a necessidade de conciliar estas dimensões.<sup>36</sup>

No trânsito pelo espaço público almejando o reconhecimento social para suas demandas, formulou estratégias de ação e visibilidade: criação de site,<sup>37</sup> página no Facebook, reuniões em sedes de torcidas e encontros durante os seminários governamentais. A responsabilidade dos líderes frente às agremiações foi um tema intensamente debatido no III Seminário Nacional. Havia consenso entre os participantes de que as lideranças, por serem uma referência para os outros componentes, especialmente os jovens ingressantes nesses coletivos, precisariam se engajar em uma mudança de comportamento, sendo fundamental combater a “heroicização da

---

<sup>35</sup> TEIXEIRA. A Associação Nacional das Torcidas Organizadas do Brasil na arena pública: desafios de um movimento coletivo, p. 122.

<sup>36</sup> Fonte: <https://es-la.facebook.com/anatorgoficial/posts/1035464276519145:0>.

<sup>37</sup> Fonte: <https://anatorg.com.br/x/>.

violência”<sup>38</sup> e publicizar os aspectos positivos da experiência torcedora. Uma tarefa urgente se desenhava: era imprescindível sensibilizar e convencer as torcidas sobre os benefícios da coalizão.

Ao longo do ano de 2015, a Anartog investiu nos diálogos e negociações em diferentes frentes. É justamente nesse cenário que surge a ideia de realizar o I Censo sobre torcidas organizadas. As lideranças avaliavam que a produção de um estudo estatístico forneceria subsídios efetivos para nortear os diálogos intraorganizacionais. Para sua realização, convidaram os pesquisadores com os quais mantinham conversações e que vinham acompanhando esse processo, se mostrando sensíveis aos seus pleitos. Os “acadêmicos”, naquele contexto, desempenharam o duplo papel de observadores e atores em sua arena pública, na condição de participantes da recém-criada Câmara Temática de Estudiosos no âmbito da Consegue.<sup>39</sup> Ademais, a reeleição da Presidenta Dilma Rousseff, do Partido dos Trabalhadores (PT), no pleito de 2014, para um novo mandato (2015-2018), anunciava a continuidade dos projetos envolvendo torcidas. Este fato animava a associação a prosseguir em sua caminhada e se manter firme nos seus propósitos, a despeito das mudanças no comando da Secretaria Nacional de Futebol e Defesa dos Direitos do Torcedor.

A aplicação dos questionários ocorreu em dezembro de 2015 no IV Seminário Nacional de Torcidas Organizadas, quando a Anartog completava um ano de existência. Em seu discurso, fez um balanço da gestão, lançou a campanha “torcidas unidas”, para reconciliar conflitos, reafirmando seu compromisso de lutar “pela paz no futebol” e combater a violência. Para os diretores e membros de torcidas ali presentes, empenhou a palavra de que trabalharia pelos direitos das agremiações, e pediu o apoio de todos, incentivando-os a atuarem nas suas localidades para ganhar mais adesões em nome das instituições.

Os dados aqui apresentados e analisados foram conquistados nessa situação social que se configurava – ao mesmo tempo como espaço de monitoramento por

---

<sup>38</sup> TEIXEIRA. A Associação Nacional das Torcidas Organizadas do Brasil na arena pública: desafios de um movimento coletivo, p. 124.

<sup>39</sup> Para integrar a Câmara foram convidados Bernardo Buarque de Hollanda (CPDOC/FGV), Felipe Tavares Lopes (UNISO), Heloísa Baldy dos Reis (UNICAMP) e Rosana da Câmara Teixeira (UFF). Importante sublinhar a participação da pesquisadora Heloísa Baldy dos Reis na constituição da Consegue e a sua atuação como consultora dos ministérios da Justiça e dos Esportes de 2003 a 2015.

parte dos agentes públicos que desejam manter a associação em sua esfera de controle e como ambiente que oportunizava trocas, diálogos e negociações entre torcidas e destas com o poder público.

A importância desse fórum no processo de lutas das torcidas organizadas e na elaboração de políticas públicas de prevenção mais inclusivas parece cada vez mais evidente com a sua desarticulação após a deposição de Dilma Rousseff em 2016 e a posse de Michel Temer na presidência. A descontinuidade dos projetos e iniciativas que vinham sendo desenvolvidos se consolidou com a transformação do Ministério do Esporte a uma pasta no recém-criado Ministério da Cidadania pelo governo do atual presidente Jair Bolsonaro.

Contudo, a despeito do cenário político desmobilizador, agravado pela pandemia provocada pela Covid-19, que levou ao distanciamento social e à proibição da presença das torcidas nos jogos de futebol, a associação continua se mantendo ativa. Através das redes sociais, particularmente da TV Anartog, no seu canal no YouTube,<sup>40</sup> promoveu inúmeras *lives* em 2020 para manter vivos seus ideais e fomentar as discussões em torno de temáticas do interesse das agremiações. Esperamos que a entidade se mantenha firme nos propósitos e acordos pactuados, assim como nos diálogos com as torcidas.

\* \* \*

---

<sup>40</sup> Fonte: <https://www.youtube.com/channel/UCfAObnC66vOHw5U44iqv1cA/about>.

## REFERÊNCIAS

- BEST, Joel. Audiences evaluate statistics. In: BEST, Joel; LOSEKE, Donileen R. **Social problems: constructionist readings**. New York: Walter de Gruyter, 2003. p. 43-50.
- BUSSET, Thomas; BESSON, Roger; JACCOUD, Christophe. **L'autre visage du supportérisme** – Autorégulations, mobilisations collectives et mouvements sociaux. Berne/Suisse: Peter Lang As/Centre International d'Étude Du Sport, 2014. v. 6.
- BUSSET, Thomas; GASPARINI, William. **Aux frontières du football et du politique** – Supportérisme et engagement militant dans l'espace public. Berne, Suisse: Peter Lang As/ Centre International d'Étude Du sport, 2016. v. 8.
- CAILLÉ, Alain. Nem holismo nem individualismo metodológico: Marcel Mauss e o paradigma da dádiva. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**. São Paulo, n. 38. 1998.
- CAILLÉ, Alain. Dádiva e associação. In: MARTINS, Paulo Henrique. (Org.). **A dádiva entre os modernos: discussão sobre os fundamentos e as regras do social**. Petrópolis: Vozes, 2002, p. 191-205.
- CEFAI, Daniel, VEIGA; Felipe Berocan; Mota, Fabio Reis. Introdução. **Arenas públicas: por uma etnografia da vida associativa**. Niterói: EDUFF, 2011, p. 9-63.
- CICOUREL, Aaron. Teoria e método em pesquisa de campo. In: Guimarães, Alba Zaluar Guimarães. (Org). **Desvendando máscaras sociais**. RJ: Livraria Francisco Alves Editora AS, 1969/1980, p. 87-121.
- FOOT-WHITE, William. Treinando a observação participante. In: GUIMARÃES, Alba Zaluar Guimarães. (Org). **Desvendando máscaras sociais**. RJ: Livraria Francisco Alves, 1943/1980, p. 77-86.
- GRABIA, Gustavo. **La Doce: a explosiva história da torcida organizada mais temida**. São Paulo: Panda Books, 2012.
- GODBOUT, Jacques. Homo donator versus homo oeconomicus. In: MARTINS Paulo Henrique. (Org.). **A dádiva entre os modernos: discussão sobre os fundamentos e as regras do social**. Petrópolis: Vozes, 2002, p. 63-97.
- GUILHON, Marcelo Faria. Sob a pena da lei: princípios constitucionais, o Estatuto do Torcedor e o cerco às torcidas organizadas no Brasil. In: HOLLANDA, Bernardo Buarque Borges; AGUILAR, Onésimo Rodriguez. **Torcidas organizadas na América Latina: estudos contemporâneos**. Rio de Janeiro: 7 Letras, 2017, p. 76-100.
- HOLLANDA, Bernardo Borges Buarque de. **Football and fans**. In: Curi, Martin. (Org.). **Football in Brazil**. Londres: Routledge, 2009.
- HOLLANDA, Bernardo Buarque Borges de; MEDEIROS, Jimmy. Violência, juventude e idolatria clubística: uma pesquisa quantitativa com torcidas organizadas de futebol no Rio de Janeiro e em São Paulo. **Revista Hydra**, v. 1, n. 2, 2016, p. 97-125.

LOPES, Felipe Tavares Paes. **Violência no futebol: ideologia na construção de um problema social**. Curitiba: CRV, 2019.

LOPES, Felipe Tavares Paes. Dimensões ideológicas do debate público acerca da violência no futebol brasileiro. **Revista Brasileira de Educação Física e Esporte**. v. 27, 2013, p. 597-612.

LOPES, Felipe Tavares Paes; REIS, Heloisa Helena Baldy. Ideologia, futebol e violência: uma análise do relatório “Preservar o espetáculo, garantindo a segurança e o direito à cidadania”. **Arquivos Brasileiros de Psicologia**. v. 69, 2017, p. 36-51.

MARTINS, Paulo Henrique. A sociologia de Marcel Mauss: Dádiva, simbolismo e associação. **Revista Crítica de Ciências Sociais**, 73, Dezembro, 2005, p. 45-66.

MAUSS, Marcel. Ensaio sobre a dádiva. Forma e razão da troca nas sociedades arcaicas, em **Sociologia e Antropologia**. São Paulo: EDUSP, 1925/1974, p. 37-184.

MEDEIROS, Jimmy; GUEDON, Philippe Chaves. Fidelização econômico-torcedora e laços de vinculação com o clube: uma análise dos programas sócio-torcedor cariocas. **FuLiA/UFMG**, v. 4, n. 2, p. 25-42, 2019.

MEDEIROS, Jimmy; HOLLANDA, Bernardo Buarque Borges de. Métodos quantitativos e ciência de dados nos estudos do esporte: prolegômenos a uma relação emergente. **Record**, v. 13, p. 1-25, 2020.

MELIM, Tatiana. **Especial futebol (V): torcidas organizadas e a cobertura da imprensa esportiva**. Brasil, 18 jun. 2009. Disponível em: <http://passapalavra.info/2009/06/8662>. Acesso em: 15 abr. 2021.

MONTEIRO, R. A. **Torcer, lutar, ao inimigo massacrar: Raça Rubro-Negra! Uma etnografia sobre futebol, masculinidade e violência**. Rio de Janeiro: FGV, 2003.

MURAD, Maurício. **A violência no futebol: novas pesquisas, novas ideias, novas propostas**. São Paulo: Benvirá, 2017.

MURAD, Maurício. **A violência e o futebol: dos estudos clássicos aos dias de hoje**. Rio de Janeiro: FGV, 2007.

PIMENTA, Carlos Alberto M. **Torcidas organizadas de futebol: violência e auto-afirmação – aspectos da construção das novas relações sociais**. Taubaté: Vogal, 1997.

REIS, Heloisa Helena Baldy dos. O perfil do torcedor organizado e a política brasileira para o futebol espetáculo. **Tríade**, v. 4, n. 7, jun. 2016.

REIS, Heloisa Helena Baldy dos. **Futebol e Violência**. Campinas: Armazém do Ipê, 2006.

REIS, Heloisa Helena Baldy dos; LOPES, Felipe Tavares Paes. O torcedor por detrás do rótulo: caracterização e percepção da violência de jovens torcedores organizados. **Movimento**. v. 21, n. 3, p. 693-706, 2016.

TEIXEIRA, Rosana da Câmara. A Associação Nacional das Torcidas Organizadas do Brasil na arena pública: desafios de um movimento coletivo. Bogotá, **Antípoda**. Revista de Antropología y Arqueología 30, p. 111-128, 2018. Disponível em <https://dx.doi.org/10.7440/antipoda30.2018.06>. Acesso em 11 abr. 2021.

TEIXEIRA, Rosana da Câmara. Aprendizagens e sociabilidades juvenis: a experiência das Torcidas Jovens cariocas. **Desidades**. Rio de Janeiro, v. 4, n. 13, p. 20-27, 2016.

TOLEDO, Luis Henrique. **Torcidas organizadas de futebol**. Campinas: Autores Associados; Campinas: Anpocs, 1996.

TOLEDO, Luis Henrique; CAMPOS, Flavio de. O Brasil na arquibancada: notas sobre a sociabilidade torcedora. **Revista USP**, n. 99, 2013, p. 123-138.

SANTOS, Tarcyanie Cajueiro dos. **Dos espetáculos de massa às torcidas organizadas**: paixão, rito e magia no futebol. São Paulo: Annablume, 2004.

SILVA, Silvio Ricardo da et al. Torcedores organizados em Belo Horizonte. In: SILVA, Silvio Ricardo da; DEBORTOLI, José Alfredo de O.; SILVA Tiago Felipe da. **O futebol nas Gerais**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2012, p. 23-48.

\* \* \*

Recebido para publicação em: 16 abr. 2021.  
Aprovado em: 28 jun. 2021.

## **Redes sociais digitais e atletas olímpicos brasileiros: análise a partir da Teoria Fundamentada e da Estatística Aplicada à Comunicação**

Social media and Brazilian Olympic athletes: an analysis based on  
Grounded Theory and statistical methods applied to communication

**Roberto Tietzmann**

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre/RS, Brasil  
Doutorando em Comunicação Social, PUC-RS  
rtietz@pu.rs.br

**Carlos Roberto Gaspar Teixeira**

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre/RS, Brasil  
Doutor em Comunicação Social, PUC-RS

**RESUMO:** Esse artigo propõe um método de pesquisa baseado na Teoria Fundamentada a partir de dados das redes sociais digitais com enfoque quantitativo utilizando técnicas estatísticas. O método foi aplicado na análise de postagens entre 2016 e 2017 dos perfis oficiais do Facebook, Instagram e Twitter de atletas que competiram nos Jogos Olímpicos Rio 2016. O objetivo foi compreender qual a relação e influência existente entre a quantidade de seguidores desses perfis com as notícias, buscas no Google e interações nas redes. O artigo concluiu que existe uma correlação significativa entre o crescimento de seguidores, as notícias relacionadas aos atletas e a conquista de uma medalha, sendo o Instagram a plataforma mais utilizada pelos atletas analisados. Ao final, a proposta metodológica permitiu estabelecer relações entre os resultados quantitativos com discussões teóricas presentes nos estudos da comunicação e mídias sociais digitais.

**PALAVRAS-CHAVE:** Comunicação; Teoria Fundamentada; Estatística; Redes Sociais Digitais; Atletas olímpicos.

**ABSTRACT:** This article proposes a research method based on Grounded Theory from social network data with a quantitative approach using statistical techniques. The procedure analyzed posts between 2016 and 2017 of official profiles on Facebook, Instagram, and Twitter of athletes who competed in the Rio 2016 Olympic Games. The goal was to understand the relationship and influence between the number of followers of these profiles with the news, Google searches, and network interactions. The article inferred a significant correlation between the growth of followers, news stories related to athletes, and winning a medal, with Instagram being the platform most used by the examined athletes. In the end, the methodological proposal allowed us to establish relationships between the quantitative results with theoretical discussions present in the studies of communication and social media.

**KEYWORDS:** Communication; Grounded Theory; Statistics; Social Media; Olympic Athletes.

## INTRODUÇÃO<sup>1</sup>

A exposição pessoal e profissional em sites de redes sociais faz parte do cotidiano contemporâneo, vinculando a produção de conteúdo a métricas de engajamento e visibilidade. Ao definir os estudos sobre internet, Fragoso, Recuero e Amaral citam que:

A ciência social produzida sobre a internet se divide basicamente em duas categorias, sendo a primeira relativa à habilidade de busca e recuperação de informações a partir de enormes bancos de dados; e a segunda, que diz respeito às capacidades de comunicação interativa presentes na internet.<sup>2</sup>

As autoras destacam a dificuldade da investigação neste universo, tendo em vista seu tamanho e escopo, que apresenta uma escala que se estende a milhões, com enorme variação de unidades, contextos e dinamismo permanente. O pesquisador, ao explorar os dados espalhados na internet, depara-se com um conjunto de informações difícil de ser recortado. Assim, é recomendável a apropriação de uma de suas principais características: a mensurabilidade. No entanto, trabalhar com modos de coleta e análise de dados em larga escala demanda cuidados na elaboração de uma estrutura metodológica de pesquisa.

De acordo com Recuero, Bastos e Zago,<sup>3</sup> a coleta de dados está diretamente relacionada à capacidade de análise, que pode ser limitada pelo volume de dados significativo, tornando o trabalho de encontrar sentido em meio ao banco algo complexo. Seja qual for o modo escolhido, é indispensável a utilização de uma metodologia que possibilite uma interpretação adequada das coletas, de maneira a separar o que é relevante para responder às perguntas levantadas pela pesquisa. Embora as redes sociais tenham se difundido amplamente entre a população, cumprindo inclusive um papel misto entre a expressão pessoal e a promoção de uma imagem pública em atletas, a apropriação desse tipo de informação para análise da comunicação no contexto esportivo olímpico ainda é incipiente.

---

<sup>1</sup> O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001. Este artigo é parte das análises apresentadas em TEIXEIRA, Carlos Roberto Gaspar. *Data fama: o desempenho dos atletas olímpicos nas redes sociais digitais*, 2017.

<sup>2</sup> FRAGOSO; RECUERO; AMARAL. *Métodos de pesquisa para internet*, p. 33.

<sup>3</sup> RECUERO; BASTOS; ZAGO. *Análise de redes para mídia social*.

Ao verificar as produções acadêmicas que enfatizam, de forma geral, discussões que envolvam os temas esporte e mídias sociais digitais por meio de métodos quantitativos, é possível destacar trabalhos que relacionam abordagens acerca do esporte e pesquisas em mídias sociais,<sup>4</sup> marketing esportivo,<sup>5</sup> engajamento de fãs esportivos,<sup>6</sup> engajamento de clubes de futebol no Facebook,<sup>7</sup> uso de mídias sociais para aumentar o interesse do espectador,<sup>8</sup> entre outros. Segmentando os mesmos tipos de relações a partir dos Jogos Olímpicos, o volume de produções reduz consideravelmente. O Centro de Estudos Olímpicos da Universidade Autônoma de Barcelona, por exemplo, pode ser apontado como uma exceção, se destacando como uma das referências no desenvolvimento de pesquisas acerca do tema, com uma série de estudos que analisam as relações entre o movimento olímpico e as mídias sociais, como, por exemplo, relatórios que compilam uma série de dados de Jogos Olímpicos, assim como perfis de atletas.<sup>9</sup>

Outros trabalhos que examinam o papel das mídias sociais nos Jogos Olímpicos pelo viés quantitativo podem ser destacados. Tang e Cooper<sup>10</sup> buscam identificar, por meio de uma pesquisa com 475 espectadores, como as redes sociais digitais foram consumidas durante os Jogos Rio 2016. Hazari,<sup>11</sup> também a partir dos Jogos Rio 2016, investiga o papel do consumo das mídias sociais, entusiasmo esportivo, patrocinadores e intenção de compra, igualmente por meio de uma pesquisa de campo com 265 participantes. Milla, Santos e Helú<sup>12</sup> averiguaram os pilares da estratégia de conteúdo e do envolvimento dos fãs nas redes sociais durante os Jogos Olímpicos e Paralímpicos de Inverno de PyeongChang 2018, coletando dados do Facebook e Youtube, utilizando principalmente análise de conteúdo e sentimentos para mensurar o engajamento e crescimento dessas plataformas.

---

<sup>4</sup> FILO; LOCK; KARG. Sport and Social Media Research: A Review.

<sup>5</sup> NEWMAN; PECK; WILHIDE. *Social Media in Sport Marketing*.

<sup>6</sup> WEAVER. Connecting Fans and Sports more Intensively through Social Media.

<sup>7</sup> VALE; FERNANDES. Social Media and Sports: Driving Fan Engagement with Football Clubs on Facebook.

<sup>8</sup> NISAR; PRABHAKAR; PATIL. Sports Clubs' Use of Social Media to Increase Spectator Interest.

<sup>9</sup> FERNANDEZ PEÑA et al. *Social Networking and the Olympic Movement: Social Media Analysis, Opportunities and Trends*.

<sup>10</sup> TANG; COOPER. The Most Social Games: Predictors of Social Media Uses During the 2016 Rio Olympics.

<sup>11</sup> HAZARI. Investigating Social Media Consumption, Sports Enthusiasm, and Gender on Sponsorship Outcomes in the Context of Rio Olympics.

<sup>12</sup> MILLA; SANTOS; HELÚ. Content Strategy and Fan Engagement in Social Media The Case of PyeongChang Winter Olympic And Paralympic Games.

É possível ressaltar que estudos quantitativos envolvendo o contexto olímpico e as mídias sociais pode ser considerado recente, tendo um maior número de produções surgindo a partir dos Jogos Rio 2016, período em que as redes sociais digitais se estabeleceram e passaram a ser utilizadas de forma mais massiva, tanto pelas instituições olímpicas, quanto pelos atletas e personas que fazem parte desse ambiente.<sup>13</sup>

Desse modo, a partir dos estudos ainda incipientes, neste artigo questionamos como os Jogos Olímpicos, estrutura já consolidada socialmente como fonte de visibilidade e prestígio, pode influenciar a quantidade de seguidores de atletas brasileiros ativos em sites de redes sociais. O texto foi desenvolvido a partir de um aprofundamento da dissertação *Data fama: o desempenho dos atletas olímpicos nas redes sociais digitais*,<sup>14</sup> que visa compreender de que forma a quantidade de seguidores nos perfis oficiais dos atletas olímpicos foi impactada pelos seus resultados e sua presença nos Jogos Olímpicos Rio 2016. Será proposta uma estruturação metodológica geral, utilizando o viés da Teoria Fundamentada, que permite uma flexibilidade e possibilita a exploração de diferentes métodos. As análises apresentadas serão de caráter quantitativo, baseadas em análises de estatística descritiva e matriz de correlação de Pearson, a partir dos dados obtidos nas coletas, visando auxiliar em uma melhor compreensão do problema de pesquisa, assim como na elaboração de uma discussão teórica do tema a partir de conceitos da comunicação e das mídias sociais digitais.

A Teoria Fundamentada (TF) será utilizada como base teórico-metodológica, atendendo necessidades e possíveis procedimentos derivados de problemas de pesquisa com o caráter potencialmente quantitativo, característica inerente da internet. Desse modo, cabe reforçar que a TF surge aqui como um viés metodológico de estruturação da pesquisa, sendo a estatística posteriormente utilizada como método para analisar parte dos dados coletados.

---

<sup>13</sup> TEIXEIRA. *Data fama*.

<sup>14</sup> TEIXEIRA. *Data fama*.

## A TEORIA FUNDAMENTADA QUANTITATIVA COMO VIÉS METODOLÓGICO

A teoria fundamentada surgiu na década de 60 com a publicação da obra *The Discovery of Grounded Theory*.<sup>15</sup> Contudo, essa obra não apresenta, de forma descritiva, um passo a passo com procedimentos e técnicas sobre como fazer TF. Tal proposta foi realizada apenas por Corbin e Strauss,<sup>16</sup> que focaram em um viés exclusivamente qualitativo, descartando análises quantitativas. Posteriormente, Glaser,<sup>17</sup> acusado por Strauss de desvirtuar o conceito inicial da teoria, apresentou suas etapas descritivas para elaborar a própria TF clássica, onde era contemplada a possibilidade da utilização do viés quantitativo. Assim, surgiam duas linhas distintas da TF: a de Glaser e a de Strauss (juntamente com Corbin).<sup>18</sup> Uma terceira linha ainda pode ser considerada a partir de Charmaz,<sup>19</sup> propondo uma teoria fundamentada construtivista, que igualmente enfatiza as abordagens qualitativas.

O viés escolhido para a proposta apresentada se ampara na linha de Glaser,<sup>20</sup> chamado de Teoria Fundamentada Quantitativa, que apesar das críticas, considera a viabilidade de abordagens quantitativas e da estatística (considerando tanto variáveis qualitativas como quantitativas). Contudo, independente da polarização entre qualitativo e quantitativo, todas as reflexões derivadas das distintas linhas da TF podem ser ponderadas na construção do conceito de modo geral.

Corbin e Strauss definem como teoria fundamentada aquela que:

[...] foi derivada de dados, sistematicamente reunidos e analisados por meio de processo de pesquisa. Neste método, coleta de dados, análise e eventual teoria mantêm uma relação próxima entre si. [...] o pesquisador começa com uma área de estudo e permite que a teoria surja a partir dos dados. [...] Teorias fundamentadas, por serem baseadas em dados, tendem a oferecer mais discernimento, melhorar o entendimento e fornecer um guia importante para ação.<sup>21</sup>

<sup>15</sup> GLASER; STRAUSS. *The Discovery of Grounded Theory*.

<sup>16</sup> STRAUSS; CORBIN. *Basics of Qualitative Research: Grounded Theory Procedures and Techniques*.

<sup>17</sup> GLASER. *Doing Grounded Theory: issues and discussions*.

<sup>18</sup> GASQUE. Teoria fundamentada: nova perspectiva à pesquisa exploratória.

<sup>19</sup> CHARMAZ. *A construção da teoria fundamentada: guia prático para análise qualitativa*.

<sup>20</sup> GLASER. *Doing Quantitative Grounded Theory: A review*.

<sup>21</sup> CORBIN; STRAUSS. *Pesquisa Qualitativa: Técnicas e procedimentos para o desenvolvimento de teoria fundamentada*, p. 25.

Segundo Gil,<sup>22</sup> toda a pesquisa se inicia com um problema, e se esse problema já pressupõe uma coleta e uma possível quantificação de dados, a teoria fundamentada pode ser indicada como base metodológica por permitir tal desenvolvimento. Fragoso, Recuero e Amaral,<sup>23</sup> destacam a adequação da teoria fundamentada como metodologia para aqueles que possuem uma quantidade significativa de dados empíricos. As autoras salientam que essa abordagem permite que a teoria “emerja do empírico”, por proporcionar uma liberdade na utilização das informações, sendo interessante para a realização de métodos que envolvam uma análise de dados, que podem ocorrer de forma conjunta com o processo de coleta.

Muitos procedimentos provenientes da teoria fundamentada, apesar de possuírem um viés qualitativo, podem ser adotados também de modo quantitativo. Corbin e Strauss<sup>24</sup> relatam a necessidade de técnicas e procedimentos de pesquisa, porém os definem prioritariamente como meios para um fim, descartando suas aplicações de forma rígida e sem modificações. Procedimentos ligados à teoria fundamentada tem como objetivo “garantir aos pesquisadores um conjunto de ferramentas que lhes permita conduzir uma análise com confiança e aumentar a criatividade que é inata, mas geralmente pouco desenvolvida, em todos nós”.<sup>25</sup> Assim, os autores concluem que o diferencial da teoria fundamentada é proporcionar novos entendimentos por meio da construção de uma metodologia útil. Independente da abordagem qualitativa ou quantitativa, a flexibilidade do método permite sua reelaboração de acordo com o tema, o problema e os objetivos de pesquisa.

A partir da apropriação e reestruturação de determinadas etapas procedimentais da teoria fundamental apresenta-se uma proposta de modelo metodológico, desenvolvida com o intuito de analisar especificamente um volume significativo de dados coletados na internet. A vertente metodológica da TF utilizada no presente artigo baseia-se na abordagem clássica de Glaser,<sup>26</sup> amparando-se nas adaptações e

---

<sup>22</sup> GIL. *Métodos e técnicas de pesquisa social*.

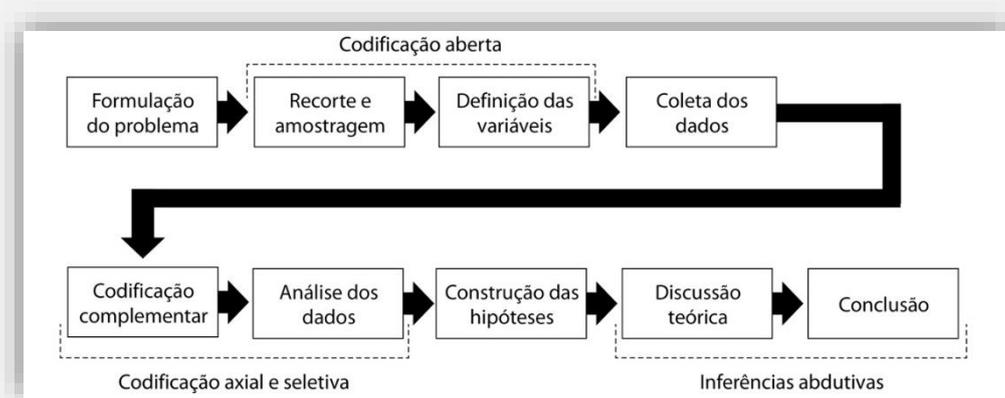
<sup>23</sup> FRAGOSO; RECUERO; AMARAL. *Métodos de pesquisa para internet*.

<sup>24</sup> CORBIN; STRAUSS. *Pesquisa Qualitativa*.

<sup>25</sup> CORBIN; STRAUSS. *Pesquisa Qualitativa*, p. 26.

<sup>26</sup> GLASER. *Doing Quantitative Grounded Theory*.

desdobramentos propostos por Fragoso, Recuero e Amaral<sup>27</sup>, que apresentam alternativas de utilização desses procedimentos.



**Figura 1** - Proposta de estrutura de pesquisa para análise de dados da internet.  
Fonte: Elaborado a partir de Teixeira.<sup>28</sup>

A partir do problema de pesquisa proposto, parte-se para a delimitação de uma amostragem, que tem por objetivo conter dados pertinentes que serão utilizados para procurar possíveis respostas. Gil cita que:

De modo geral, as pesquisas sociais abrangem um universo de elementos tão grande que se torna impossível considerá-los em sua totalidade. Por essa razão, nas pesquisas sociais é muito frequente trabalhar com uma amostra, ou seja, com uma pequena parte dos elementos que compõem o universo.<sup>29</sup>

A definição da amostra permite estabelecer quais as variáveis serão utilizadas. Essa etapa pode ser caracterizada como uma codificação inicial para a coleta de dados na internet (seja ela manual ou por meio de raspagem automatizada de dados). A teoria fundamentada tem na codificação uma das principais etapas da pesquisa, sendo definida como uma forma de: “Categorizar segmentos de dados com uma denominação concisa que, simultaneamente, resume e representa cada parte dos dados. Os seus códigos revelam a forma como você seleciona, separa e classifica os dados para iniciar uma interpretação analítica sobre eles”.<sup>30</sup>

<sup>27</sup> FRAGOSO; RECUERO; AMARAL. *Métodos de pesquisa para internet*.

<sup>28</sup> TEIXEIRA. *Data fama*.

<sup>29</sup> GIL. *Métodos e técnicas de pesquisa social*, p. 89.

<sup>30</sup> CHARMAZ. *A construção da teoria fundamentada*, p. 69.

A amostragem e definição das variáveis de coleta já podem ser consideradas estratégias de análise e organização dos dados, pois essa sistematização permite o reconhecimento de padrões e elementos relevantes para explicar problema. Ao realizar esses processos se viabiliza a identificação ou construção de categorias.<sup>31</sup> A codificação na teoria fundamentada pode ser dividida em três etapas: *aberta*, *axial* e *seletiva*. A seguir, são descritas essas etapas, juntamente com uma possível proposta de aplicação dessa abordagem por meio de um viés quantitativo, permitido pela variedade de dados que podem ser capturados nas redes sociais digitais. As etapas de amostragem e definição das variáveis analisadas durante o processo de pesquisa podem ser consideradas, no modelo proposto, como uma aplicação prévia da codificação aberta.

Segundo Corbin e Strauss,<sup>32</sup> codificação aberta é a primeira etapa, caracterizada como o “processo analítico por meio do qual os conceitos são identificados e suas propriedades e suas dimensões são descobertas nos dados”. Fragoso, Recuero e Amaral destacam que:

A codificação aberta compreende a parte inicial da análise, principalmente focada na identificação, descrição e categorização do fenômeno encontrado em campo. Trata-se de um exame minucioso dos dados, onde estes são quebrados em partes menores, em busca de similaridades, padrões e particularidades.<sup>33</sup>

A codificação aberta pode ser representada, por vezes, pelos dados quantitativos básicos presentes na internet, como: data, número de visualizações, comentários, curtidas, ocorrências, seguidores, entre outros. A etapa seguinte é a codificação axial, onde, de acordo com Charmaz,<sup>34</sup> são relacionadas as categorias com as subcategorias, especificando as propriedades e as dimensões de cada uma, reagrupando os dados que foram fragmentados anteriormente para dar coerência à análise e possibilitando estabelecer possíveis relações. Essa codificação axial é representada pelo momento que o pesquisador, em posse de um grande volume de dados coletados,

---

<sup>31</sup> FRAGOSO; RECUERO; AMARAL. *Métodos de pesquisa para internet*, p. 92.

<sup>32</sup> CORBIN; STRAUSS. *Pesquisa Qualitativa*, p. 103.

<sup>33</sup> FRAGOSO; RECUERO; AMARAL. *Métodos de pesquisa para internet*, p. 96.

<sup>34</sup> CHARMAZ. *A construção da teoria fundamentada*.

reorganiza e reestrutura as informações para facilitar o desenvolvimento da análise. Essa etapa não é obrigatória, porém pode acontecer em muitos dos casos.

Conforme Fragoso, Recuero e Amaral, a última fase da codificação é a seletiva, que “trata da integração das categorias em uma categoria central, que corresponde ao fenômeno central em estudo”.<sup>35</sup> Também conhecida como codificação teórica, Charmaz enfatiza que “esses códigos podem ajudá-lo a contar uma história analítica de forma coerente. [...] Eles podem acrescentar precisão e clareza. [...] Podem contribuir para tornar a sua análise coerente e compreensível”.<sup>36</sup> Cabe ressaltar, que o processo de pesquisa baseado na Teoria Fundamentada é amplamente flexível, recursivo e não linear. Não existe uma obrigatoriedade de se utilizar todas as etapas propostas ou mesmo de manter uma determinada ordem na realização dos processos. É possível redesenhar o processo de acordo com cada necessidade de pesquisa.

Todo esse processo de codificação resulta na definição, coleta e organização de variáveis que posteriormente permitem uma análise dos dados, contribuindo para a formulação e inferência de hipóteses geradas a partir das informações obtidas até então. A metodologia da teoria fundamentada ainda indica que, paralelamente ao desenvolvimento de todo o processo de pesquisa, o pesquisador elabore constantemente memorandos, que são ferramentas que auxiliam na projeção, registro e detalhamento da análise, incentivando a ponderar os dados e códigos desde o começo do processo de pesquisa.<sup>37</sup> Todavia, tendo em vista que o presente trabalho foca exclusivamente em um recorte da análise quantitativa, os memorandos não serão contemplados. Já as etapas de discussão teórica e “inferências abduativas”,<sup>38</sup> por complementarem os resultados encontrados nos dados, serão apresentadas, todavia, de forma resumida, por enfatizarem prioritariamente o caráter qualitativo.

Cabe reforçar que esses aspectos são igualmente importantes nos processos da TF, e como atesta Glaser,<sup>39</sup> na Teoria Fundamentada Quantitativa, não se deve focar exclusivamente em testes de significância estatísticas, tendo em vista que as relevâncias estatística e teórica não são sinônimos. Contudo, é importante ressaltar

<sup>35</sup> FRAGOSO; RECUERO; AMARAL. *Métodos de pesquisa para internet*, p. 103.

<sup>36</sup> CHARMAZ. *A construção da teoria fundamentada*, p. 94.

<sup>37</sup> CHARMAZ. *A construção da teoria fundamentada*.

<sup>38</sup> Conf.: CHARMAZ. *A construção da teoria fundamentada*, p. 144.

<sup>39</sup> GLASER. *Doing Quantitative Grounded Theory*.

novamente, que este artigo preconiza o viés quantitativo, complementar as demais análises propostas na TF. Mas, como mostrado a seguir, os dados quantitativos por si só já possibilitam uma série de análises, inferências e discussões conceituais.

#### **A ESTATÍSTICA COMO MÉTODO: ANALISANDO OS DADOS COLETADOS**

Para compreender como se dão as relações entre a quantidade de seguidores nas redes sociais digitais de atletas olímpicos, seus resultados e presença nos Jogos Olímpicos Rio 2016, suas notícias e buscas relacionadas a eles, foi primeiramente estabelecida uma amostra. O recorte amostral da pesquisa considerou os perfis oficiais dos sites de redes sociais Facebook, Instagram e Twitter, de oito atletas olímpicos que competiram nos Jogos Rio 2016, com os dados coletados manualmente, contemplando o período de um ano, entre agosto de 2016 e agosto de 2017. Essas plataformas específicas foram selecionadas por serem as mais utilizadas no Brasil em 2016.<sup>40</sup>

Vale reforçar que a amostra final contou com um número limitado de atletas devido a coleta ter sido realizada manualmente. Essa limitação no estudo ocorreu por conta do fechamento de diversas ferramentas de coleta automatizadas (APIs) em mídias sociais digitais, impossibilitando que pesquisadores acadêmicos de diversas áreas coletassem dados para a investigação dessas plataformas,<sup>41</sup> após o escândalo de vazamento de dados envolvendo o Facebook e a empresa Cambridge Analytica.<sup>42</sup> Apesar disso, cabe frisar que análises quantitativas em pequenas amostras, apesar da limitação de resultados e restrição de possíveis conclusões, não devem ser desconsideradas.<sup>43</sup> Hoyle<sup>44</sup> ilustra uma série de estratégias estatísticas que podem ser aplicadas na análise de dados com amostras reduzidas. Dessa forma, como enfatiza Barbetta<sup>45</sup> é importante ressaltar as limitações dos resultados para que eles não sejam utilizados de maneira inadequada. Os dados aqui apresentados

<sup>40</sup> WE ARE SOCIAL. Digital in 2016, p. 104.

<sup>41</sup> BRUNS. After the 'APIcalypse': Social Media Platforms and their Fight Against Critical Scholarly Research.

<sup>42</sup> VENTURINI; ROGERS. "API-Based Research" or How can Digital Sociology and Journalism Studies Learn from the Facebook and Cambridge Analytica Data Breach.

<sup>43</sup> SCHOOT; MIOČEVIC. *Small Sample Size Solutions: A Guide for Applied Researchers and Practitioners*.

<sup>44</sup> HOYLE. *Statistical Strategies for Small Sample Research*.

<sup>45</sup> BARBETTA. *Estatística aplicada às Ciências Sociais*.

se referem a uma amostra pequena, limitada pelos recursos e tempo de pesquisa, não podendo ter seus resultados generalizados para toda a população de atletas olímpicos. Todavia, se combinados e corroborados por argumentações teóricas embasadas em conceitos clássicos utilizados nas áreas da comunicação e das mídias sociais digitais, não deixam de permitir o estabelecimento de reflexões fundamentadas, como preconiza a Teoria Fundamentada.

Tendo em vista o caráter quantitativo dos dados levantados na pesquisa, a codificação e categorização foram definidas paralelamente com a amostragem proposta, diferentemente do que é proposto na TF qualitativa, que tem na amostragem teórica sua etapa inicial. Logo, o critério de amostra aqui utilizado foi baseado no referencial quantitativo, com o intuito de realizar um recorte mais específico, a fim de determinar uma análise mais aprofundada, estabelecendo então o critério de amostragem por cotas.

Para o estabelecimento da amostra foram adotados os seguintes critérios: *a) resultados obtidos* pelos atletas ao final dos Jogos Rio 2016: medalha de ouro, medalha de prata, medalha de bronze e sem medalha; sendo determinada a proporção de 2 atletas para cada classificação; *b) data da coleta*, preferencialmente o atleta analisado deveria ter sua coleta iniciada antes do início da competição final; *c) presença midiática* relevante dos atletas escolhidos; *d) presença dos perfis oficiais dos atletas* em ao menos duas das redes sociais analisadas; *e) histórico, evolução e conquistas de cada modalidade* nas últimas edições dos Jogos Olímpicos. Dessa forma a amostra final contou com 8 atletas, conforme a tabela 1.

<b>Atleta (modalidade)</b>	<b>Colocação</b>	<b>Data da competição final</b>
Robson Conceição (boxe)	Ouro	16 de agosto de 2016
Thiago Braz (salto com vara)	Ouro	15 de agosto de 2016
Arthur Zanetti (ginástica/argolas)	Prata	15 de agosto de 2016
Diego Hypólito (ginástica/solo)	Prata	14 de agosto de 2016
Mayra Aguiar (judô)	Bronze	11 de agosto de 2016
Arthur Nory (ginástica/solo)	Bronze	14 de agosto de 2016
Flávia Saraiva (ginástica/paralela)	6º lugar	15 de agosto de 2016
Yane Marques (pentatlo moderno)	31º lugar	19 de agosto de 2016

**Tabela 1** - Amostra final. Fonte: Elaborado pelos autores.

A definição das variáveis utilizadas foi estabelecida a partir do problema de pesquisa, do recorte e da amostra selecionados (codificação aberta). A variável *crescimento*, para cada uma das redes, representava o percentual de crescimento absoluto dos seguidores dos perfis de cada atleta, calculado a partir da variação percentual entre o primeiro e o último dia de coleta (*Face crescimento*, *Instagram crescimento* e *Twitter crescimento*). Para mensurar as interações nas redes, foram definidas variáveis das quantidades totais de *postagens*, *curtidas* e *comentários* para cada perfil. Também foram estabelecidas duas variáveis externas, ou seja, aquelas que não dependiam unicamente dos atletas. A primeira chamada *notícias*, buscava representar a presença digital midiática dos atletas, sendo obtida a partir da contagem do número de notícias recuperadas a partir da ferramenta de busca avançada do Google Notícias.<sup>46</sup> A segunda, definida como *Google*, foi obtida a partir do site Google Trends<sup>47</sup> – uma ferramenta gratuita que permite acompanhar a evolução do volume de buscas por termo (nome do atleta, no caso) ao longo do tempo.<sup>48</sup> Essa plataforma gera um gráfico temporal de popularidade do termo pesquisado (que varia de 0 a 100), permitindo exportar os resultados tabulados.

Em posse dessas informações, são apresentados a seguir parte dos resultados estatísticos alcançados. Ao descrever o método estatístico, Gil destaca que “os procedimentos estatísticos fornecem considerável reforço às conclusões obtidas, sobretudo mediante a experimentação e observação”.<sup>49</sup> Portanto, por meio de estimativas estatísticas se buscou identificar as possíveis relações significativas entre as variáveis, que estavam diretamente relacionadas ao problema de pesquisa. Ao se trabalhar com redes sociais digitais é provável explorar o aspecto quantitativo dos dados, normalmente pelo mapeamento do volume de frequências, postagens, curtidas e comentários, etc.

Inicialmente foi realizada uma análise descritiva geral das variáveis quantitativas para toda a amostra. A estatística descritiva básica, exposta no quadro 1, apresenta o resumo do conjunto de dados analisados, apontando a descrição organizada das variáveis, possibilitando algumas primeiras considerações.

---

<sup>46</sup> GOOGLE NOTÍCIAS.

<sup>47</sup> GOOGLE TRENDS.

<sup>48</sup> FARIAS. Google Trends: o que é a ferramenta e como usá-la na sua estratégia.

<sup>49</sup> GIL. *Métodos e técnicas de pesquisa social*, p. 17.

Variáveis	Média	Desvio	Mínimo	Máximo	Mediana
Face cresc.	0,48	0,31	0,10	0,97	0,38
Insta cresc.	0,57	0,26	0,22	0,99	0,52
Twitter cresc.	0,44	0,36	0,00	0,98	0,40
Face post.	148,38	114,62	49,00	408,00	109,50
Insta post.	200,50	124,07	37,00	365,00	227,00
Twitter post.	80,25	109,12	0,00	302,00	28,00
Face likes	568.694,13	650.836,20	57.812,00	2.024.187,00	330.674,50
Insta likes	10.270.699,63	19.786.553,11	61.319,00	57.859.733,00	1.252.831,00
Twitter likes	19.453,63	52.500,58	0,00	149.366,00	1.053,50
Face comment	7.510,00	5.092,03	1.452,00	15.591,00	6.714,50
Insta comment	57.110,13	111.718,67	1.832,00	328.978,00	11.017,50
Twitter comment	5.551,38	14.623,09	0,00	41.706,00	154,50
Notícias	128,00	103,84	22,00	338,00	106,50
Google	101,63	72,18	5,00	226,00	113,00

**Quadro 1:** Estatística descritiva básica. Fonte: Elaborado pelos autores.

O Instagram teve a maior mediana e média de crescimento, podendo ser considerada a rede que apresentou maior “potencial”, já que em média os perfis cresceram 57%, com um mínimo de 22% – mais que o dobro do Facebook, que ficou na segunda posição. Facebook e Twitter ficaram atrás com valores similares para a média de crescimento. Cabe ressaltar que a amostra contou com um atleta que não possuía perfil oficial no Twitter (Flávia Saraiva), por isso o mínimo de 0% para esta rede. Ao analisar as variáveis que representavam a quantidade de postagens, o Instagram também obteve a maior média (200,5 postagens), seguido pelo Facebook (148,38) e o Twitter (80,25). Logo, o Instagram também foi a rede mais utilizada pelos atletas. Também existiram atletas que postaram consideravelmente mais do que outros em todas as redes, visto o elevado desvio padrão presente nas variáveis de quantidade de postagens das redes (todos acima de 100).

Ao examinar a quantidade de interações, se verificou que o Instagram possuía a maior média de curtidas, sendo aproximadamente 17,5 vezes superior ao Facebook, que, por sua vez, foi 29 vezes maior que o Twitter. Vale ressaltar que o fato

da coleta no Instagram considerar visualizações no lugar de curtidas para vídeos impactou diretamente nessa diferença. Os comentários foram 7,6 vezes mais frequentes no Instagram do que em relação ao Facebook. De modo geral, é possível apontar, a partir destes dados, um indício de que o Instagram desponta como a rede de maior relevância, em comparação com o Facebook e o Twitter.

As variáveis que representam uma possível influência “externa”, representadas por *notícias* e *Google*, por terem parâmetros de concepção diferentes, não permitem estabelecer inferências significativas a partir da comparação de seus valores. Todavia, a análise isolada dos demais valores da estatística descritiva apresentados, apesar de já trazerem contribuições interessantes, pode ser considerada ainda superficial, visto que não contribui para um melhor entendimento da relação existente entre essas variáveis. Sendo assim, é necessário avançar para uma nova análise que possibilite essa compreensão.

Além das variáveis quantitativas, foi estabelecida também uma variável ordinal de *posição*, onde foi atribuído o valor 1 para os atletas medalhistas de ouro, 2 para os de prata, 3 para os de bronze e 4 para aqueles que não foram medalhistas. Desse modo, foi organizado o quadro 2, apresentando um resumo da contagem total das variáveis coletadas e analisadas para cada um dos indivíduos da amostra.

	<b>Robson Conceição</b>	<b>Thiago Braz</b>	<b>Arthur Zanetti</b>	<b>Diego Hypólito</b>	<b>Mayra Aguiar</b>	<b>Arthur Nory</b>	<b>Flavia Saraiva</b>	<b>Yane Marques</b>
<b>Posição</b>	1	1	2	2	3	3	4	4
<b>Face crescimento</b>	89,71%	97,40%	42,47%	33,72%	32,35%	47,61%	27,36%	9,68%
<b>Insta crescimento</b>	92,42%	98,93%	37,21%	44,19%	56,48%	57,12%	47,27%	21,92%
<b>Twitter crescimento</b>	91,16%	98,36%	22,22%	32,46%	50,27%	48,45%	0,00%	5,86%
<b>Face postagens</b>	118	196	154	79	101	408	82	49
<b>Insta postagens</b>	365	208	37	246	107	333	257	51
<b>Twitter postagens</b>	168	114	2	7	49	302	0	0
<b>Face curtidas</b>	76.109	264.856	534.664	279.326	382.023	2.024.187	930.576	57.812
<b>Insta curtidas</b>	745.009	1.760.653	256.669	12.832.610	394.473	57.859.733	8.255.131	61.319
<b>Twitter curtidas</b>	1.930	2.161	65	381	1.726	149.366	0	0
<b>Face comentários</b>	1.452	9.627	6.135	13.323	4.800	7.294	15.591	1.858
<b>Insta comentários</b>	10.190	11.845	1.832	56.257	3.282	328.978	42.501	1.996
<b>Twitter comentários</b>	1.930	459	7	75	234	41.706	0	0
<b>Notícias</b>	218	338	111	69	102	123	22	41
<b>Google</b>	42	120	137	144	33	226	106	5

**Quadro 2:** Contagem total das variáveis coletadas. Fonte: Elaborado pelos autores.

Os dados apresentados podem ser descritos como indícios iniciais de uma amostra pequena e específica, que foram estimados permitindo uma, entre diversas, análises, que combinadas permitiram uma discussão teórica ao final do processo de pesquisa.<sup>50</sup>

Para verificar possíveis relações entre as variáveis foi então realizada uma análise estatística de correlação, método recomendado nesse tipo de medição.<sup>51</sup> Para Yau, “correlação quer dizer que uma coisa tende a mudar de certa forma enquanto outra coisa também muda. [...] A correlação pode ajudá-lo a prever uma métrica conhecendo outra”.<sup>52</sup> Ao correlacionar variáveis é possível verificar as relações e similaridades entre suas linhas de evolução. Segundo Barbetta:

Dizemos que duas variáveis, X e Y, estão positivamente correlacionadas quando elas caminham num mesmo sentido, ou seja, elementos com valores pequenos de X tendem a ter valores pequenos de Y e elementos com valores grandes de X tendem a ter valores grandes de Y.<sup>53</sup>

Ainda segundo o autor,<sup>54</sup> o coeficiente de correlação fica entre o intervalo de -1 e 1, onde quanto mais próximo de 1 mais forte é a correlação positiva dos dados observados. Sicsú e Dana<sup>55</sup> destacam que podem ser consideradas correlações fortes aquelas com coeficiente acima de 0,7, entretanto os autores reforçam que esse critério é usado apenas como indicativo da magnitude da correlação. É importante reforçar que “[...] a correlação de duas variáveis não significa que uma seja a causa da outra”,<sup>56</sup> onde:

[...] muitas vezes o objetivo do analista é entender como a variação de determinada variável, digamos X, afeta a variação da outra variável, Y. Nesse caso, embora o coeficiente de correlação seja informativo, pois nos dará a direção do efeito (se positivo ou negativo), ele não será suficiente para atender o objetivo do analista.<sup>57</sup>

Ao realizar uma Matriz de Correlação de Pearson, conforme quadro 3, foram identificadas relações significativas entre as variáveis, considerando como

<sup>50</sup> TEIXEIRA. *Data fama*.

<sup>51</sup> CRESPO. *Estatística fácil*.

<sup>52</sup> YAU. *Visualize isto: o guia do flowingdata para design, visualização e estatística*, p. 180.

<sup>53</sup> BARBETTA. *Estatística aplicada às Ciências Sociais*, p. 271.

<sup>54</sup> BARBETTA. *Estatística aplicada às Ciências Sociais*.

<sup>55</sup> SICSÚ; DANA. *Estatística aplicada: análise exploratória de dados*.

<sup>56</sup> SICSÚ; DANA. *Estatística aplicada*, p. 98.

<sup>57</sup> SICSÚ; DANA. *Estatística aplicada*, p. 101.

significativas apenas as correlações com valores acima de 0,8. É importante ressaltar que a significância apresentada não é tratada especificamente como estatística, mas sim como uma significância substantiva das correlações.

	Pos.	Face cresc.	Insta cresc.	Twitter cresc.	Face post.	Insta post.	Twitter post.	Face likes	Insta likes	Twitter likes	Face comment	Insta comment	Twitter comment	Notícias	Google
Pos.	1														
Face cresc.	<b>0,8720**</b>	1													
Insta cresc.	<b>0,7555*</b>	<b>0,9526**</b>	1												
Twitter cresc.	<b>0,8341*</b>	<b>0,9264**</b>	<b>0,9359**</b>	1											
Face post.	0,1423	0,3203	0,2774	0,3226	1										
Insta post.	0,3073	0,5066	0,5902	0,4571	0,4141	1									
Twitter post.	0,2760	0,5109	0,5272	0,5732	<b>0,8673**</b>	0,6744	1								
Face likes	0,3245	0,1204	0,0925	0,1620	<b>0,8308*</b>	0,3825	0,6254	1							
Insta likes	0,1891	0,0543	0,0383	0,0190	<b>0,8580**</b>	0,5100	<b>0,7486*</b>	<b>0,9149**</b>	1						
Twitter likes	0,1575	0,0149	0,0184	0,0704	<b>0,9191**</b>	0,4380	<b>0,8298*</b>	<b>0,9004**</b>	<b>0,9702**</b>	1					
Face comment	0,1379	0,1203	0,0552	0,2824	0,0070	0,2340	0,2408	0,2892	0,1790	0,0224	1				
Insta comment	0,1827	0,0304	0,0154	0,0055	<b>0,8768**</b>	0,5092	<b>0,7770*</b>	<b>0,9187**</b>	<b>0,9982**</b>	<b>0,9821**</b>	0,1356	1			
Twitter comment	0,1418	0,0327	0,0347	0,0860	<b>0,9184**</b>	0,4588	<b>0,8433**</b>	<b>0,8938**</b>	<b>0,9679**</b>	<b>0,9994**</b>	0,0382	<b>0,9806**</b>	1		
Notícias	<b>0,8253*</b>	<b>0,9441**</b>	<b>0,8940**</b>	<b>0,9283**</b>	0,3226	0,2801	0,4517	0,1835	0,1046	0,0049	0,1928	0,0783	0,0048	1	
Google	0,1449	0,1460	0,0608	0,0296	<b>0,7735*</b>	0,3838	0,4832	<b>0,7757*</b>	<b>0,7742*</b>	0,6937	0,5202	<b>0,7572*</b>	0,6859	0,0857	1

**Quadro 3** - Matriz de Correlação de Pearson para o conjunto de variáveis.

Fonte: Elaborado pelos autores a partir de análise de correlação no software SPSS.<sup>58</sup>

Legenda: (\*\*) Correlação é significativa para valor-p<0,01.

(\*) Correlação é significativa para valor-p<0,05.

Ao verificar a correlação entre *posição* e o *crescimento* das redes (representada nas áreas azuis), o Facebook e o Twitter mostraram uma relação alta; já o Instagram ficou abaixo, o que permite considerar que a relação entre *posição* e *crescimento* no Instagram é mais baixa do que as demais redes, mas ainda elevada. Isso pode representar que a posição possivelmente seja mais importante para o crescimento no Twitter e no Facebook do que no Instagram, embora não seja desprezível no último.

As redes também apresentaram uma correlação mútua entre seus crescimentos, que pode representar a influência de uma sobre a outra. Esse processo é reforçado ao verificar a alta correlação entre as variáveis de interação das redes (representadas nos grifos em verde). Esse comportamento pode ser explicado pelas possibilidades de publicações entre as redes, onde Facebook, Instagram e Twitter apresentam a opção de compartilhamento recíproco entre elas.

<sup>58</sup> TEIXEIRA. *Data fama*, p. 144.

A relação representada nas cores laranja entre *notícias*, *posição* (conquista de medalhas) dos atletas nos Jogos Rio 2016 e o *crescimento* das redes igualmente pode ser ressaltada. Foi possível verificar uma correlação entre as *notícias* e *posições*, entre *notícias* e *crescimento do Facebook*, entre *notícias* e *crescimento do Instagram* e entre *notícias* e *crescimento do Twitter*.

Algumas correlações que não aconteceram também chamaram a atenção. Uma possível hipótese comportamental das mídias sociais não pode ser inferida: os atletas vencedores apresentam mais crescimento nas redes e, conseqüentemente, uma maior atividade e interações em seus perfis oficiais. Todavia, não foram encontradas correlações significativas entre as variáveis de interações das redes (*postagens*, *curtidas*, *comentários*) com o *crescimento* ou a *posição* final do atleta.

Outro fator que ficou abaixo do considerado relevante, foi a correlação das variáveis com o volume de buscas no *Google*. Não seria incomum considerar a hipótese de que os atletas que atingem melhores resultados nos Jogos Olímpicos estariam frequentemente mais presentes nas buscas realizadas na internet.

Cabe reforçar novamente que esses dados são apenas um recorte demonstrativo, focado apenas na abordagem estatística, não podendo ser utilizados como comprovação, além de também exigirem uma série de outras análises (quantitativas e qualitativas) para corroborar com os dados verificados. Contudo, essas informações permitiram inferências que indicam alguns possíveis caminhos para a compreensão dessas relações propostas.

A partir dos resultados obtidos nas análises estatísticas, foi possível estabelecer uma discussão envolvendo alguns conceitos da comunicação e das mídias sociais, permitindo por meio da análise dos dados emergir uma “sensibilidade teórica”, definida por Fragoso, Recuero e Amaral<sup>59</sup> como “um processo de sensibilização do pesquisador para com as informações que os dados estão oferecendo”.

O conceito da beleza atlética<sup>60</sup> pode corroborar com os dados obtidos inicialmente nas análises da estatística descritiva, que indicavam o Instagram como a rede com a maior atividade dentro do âmbito dos atletas olímpicos. Gumbrecht,<sup>61</sup>

<sup>59</sup> FRAGOSO; RECUERO; AMARAL. *Métodos de pesquisa para internet*, p. 106.

<sup>60</sup> GUMBRECHT. *Elogio da beleza atlética*.

<sup>61</sup> GUMBRECHT. *Elogio da beleza atlética*.

argumenta que a beleza das imagens atléticas traz um efeito estético específico, onde nada é mais rico na produção de imagens fascinantes e na transmissão de uma mensagem do que a prática esportiva e todas as formas de construção estética que elas propiciam. Quanto mais visual a rede, maior é o volume das interações (quadro 1), sendo o Instagram essencialmente estético-visual, o Facebook uma rede híbrida (preconizando texto e imagem) e o Twitter utilizando prioritariamente atributos textuais.

Os grifos em azul e amarelo no quadro 3, denotam a relação recorrente entre posição final do atleta, quantidade de *notícias* e *crescimento* das redes, configurando um processo retroalimentado onde esses fatores impactam mutuamente, resultando na “presença” e relevância dos perfis nas mídias sociais. Ao considerar a variável *notícia* como possível representação da mídia de massa, seu elevado índice de significância, comparado com as demais variáveis analisadas, indica uma possível influência comportamental no desempenho da imagem/perfil dos atletas dentro dos ambientes digitais. Esse processo, de certo modo, corrobora com a hipótese do agendamento midiático (agenda setting), que argumenta que grande parte dos assuntos discutidos na pauta social são fornecidos pelos meios de comunicação de massa<sup>62</sup> e segundo McCombs,<sup>63</sup> “entre as várias fontes existentes para o conhecimento do mundo que nos cerca, os *mass media* são especialmente proeminentes”. Nesse sentido, ao analisar as mídias de massa e as mídias sociais digitais, Primo<sup>64</sup> estabelece uma relação entre a hipótese de agendamento com as redes sociais, identificando a presença de um “encadeamento midiático”, onde as mídias digitais “podem servir de caixa de ressonância para a mídia de massa”.

Baym<sup>65</sup> destaca que as novas mídias digitais, como as analisadas, distorceram as fronteiras entre a comunicação de massa e a comunicação interpessoal, fazendo com que uma mensagem publicada nas redes sociais seja, ao mesmo tempo, dirigida a um grupo específico (seguidores e amigos), e massiva, por estar disponível para qualquer um ler. Ao mesmo tempo, essas plataformas constituem um novo ecossistema de comunicação digital, onde cada “microssistema” é sensível às mudanças em

<sup>62</sup> WOLF. *Teorias da comunicação*.

<sup>63</sup> MCCOMBS. *A teoria da agenda: a mídia e a opinião pública*, p. 62.

<sup>64</sup> PRIMO. A cobertura e o debate público sobre os casos Madeleine e Isabella: encadeamento midiático de blogs, Twitter e mídia massiva, p. 56.

<sup>65</sup> BAYM. *Personal Connections in the Digital Age*.

outras partes do ecossistema, ou seja, as transformações e atividades que acontecem no Facebook, por exemplo, impactam de algum modo no Twitter e/ou no Instagram, e assim concomitantemente, onde o que importa para elas é o fluxo de dados que se espalha através de seus canais.<sup>66</sup> Esses aspectos podem ser inferidos a partir das correlações nos grifos em verde do quadro 3.

### CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da aplicação do método e da prévia dos resultados apresentados, que podem ser encontrados de forma mais completa em Teixeira,<sup>67</sup> foi possível verificar a aplicabilidade e potencial do processo de pesquisa proposto para análise e reflexão de dados coletados na internet. É importante destacar que cada problema de pesquisa demanda determinadas formas de agir do pesquisador. Logo, a adaptação e os ajustes do método devem sempre estar a serviço do objetivo de pesquisa, para que seja facilitado o processo de análise e estabelecimento de conclusões. A utilização híbrida de técnicas quantitativas e qualitativas surge como fundamental para o aprofundamento e melhor entendimento do problema pesquisa a partir do viés proposto. O crescimento das “informações coletáveis” dentro dos ambientes digitais, assim como a importância que esse campo tem adquirido dentro dos estudos de comunicação social, permitem o surgimento e adaptação de novos métodos de pesquisa na área, trazendo cada vez mais importância para as abordagens quantitativas.

O enfoque na análise estatística dos dados, apesar da amostra reduzida, permitiu o estabelecimento de possíveis inferências. Foi viabilizada a verificação da existência de uma correlação significativa entre o crescimento de seguidores e as notícias relacionadas aos atletas, ainda tendo a conquista de uma medalha em segundo plano. Desse modo, percebeu-se que parece existir um processo em que, a partir da conquista de uma medalha, o atleta passa a ter mais exposição midiática e, conseqüentemente, apresenta um crescimento no número de seguidores em suas redes. O volume de postagens e interações não foi considerado significativo para o crescimento das redes. Ao analisar as mídias sociais utilizadas, o Facebook foi a mais

---

<sup>66</sup> VAN DIJCK. *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*.

<sup>67</sup> TEIXEIRA. *Data fama*.

explorada pelos vencedores para sua repercussão online, enquanto o Instagram e o Twitter possivelmente por apresentarem conteúdos mais pessoais, podem indicar a presença de seguidores mais “fiéis”, que não consideram apenas as conquistas como motivo para acompanhar seu ídolo.

A utilização da teoria fundamentada nos dados como base metodológica mostrou-se capaz de contribuir no desenvolvimento de uma teorização a partir da combinação de uma discussão envolvendo diferentes técnicas de pesquisa, entre elas a estatística. O intuito da proposta apresentada foi contribuir com uma alternativa de modelo de pesquisa que possa ser explorado e adaptado em pesquisas futuras que buscam analisar dados coletados na internet e em redes sociais a partir deste viés. Ao explorar métodos estatísticos juntamente com a Teoria Fundamentada, é importante ressaltar que, conforme explanado por Glasser,<sup>68</sup> é fundamental a utilização de outros métodos, teóricos e qualitativos, para uma consolidação aceitável das teorias finais.

\* \* \*

## REFERÊNCIAS

- BARBETTA, Pedro Alberto. **Estatística aplicada às Ciências Sociais**. Florianópolis: Editora da UFSC, 2003.
- BAYM, Nancy. **Personal Connections in the Digital Age**. Cambridge: Polity Press, 2010.
- BRUNS, A. After the ‘APIcalypse’: Social Media Platforms and their Fight Against Critical Scholarly Research. **Information Communication and Society**, v. 22, n. 11, p. 1544-66, 2019.
- CHARMAZ, Kathy. **A construção da teoria fundamentada: guia prático para análise qualitativa**. Porto Alegre: Artmed, 2009.
- CORBIN, Juliet; STRAUSS, Anselm. **Pesquisa Qualitativa: técnicas e procedimentos para o desenvolvimento de teoria fundamentada**. Porto Alegre: Artmed, 2008.
- CRESPO, Antônio Arnot. **Estatística fácil**. São Paulo: Saraiva, 2009.

---

<sup>68</sup> GLASER. *Doing Quantitative Grounded Theory*.

FARIAS, Flaubi. Google Trends: o que é a ferramenta e como usá-la na sua estratégia. **Resultados Digitais**, 9 jun. 2017. Disponível em: <https://resultados-digitais.com.br/blog/google-trends>. Acesso em: 15 abr. 2021.

FERNANDEZ PEÑA, E. et al. **Social Networking and the Olympic Movement: Social Media Analysis, Opportunities and Trends**. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona, 2011.

FILO, K.; LOCK, D.; KARG, A. Sport and Social Media Research: A Review. **Sport Management Review**, v. 18, n. 2, p. 166-181, 1 abr. 2015.

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

GASQUE, Kelley Cristine Gonçalves Dias. Teoria fundamentada: nova perspectiva à pesquisa exploratória. In: MUELLER, Suzana P. M. (Ed.). **Métodos para a pesquisa em Ciência da Informação**. Brasília: Thesaurus, 2007, p. 83-118.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 2008.

GLASER, Barney; STRAUSS, Anselm L. **The discovery of grounded theory**. New York: Aldene de Gruyter, 1967.

GLASER, Barney. **Doing Grounded Theory: Issues and Discussions**. Mill Valley, CA: Sociology Press, 1998.

GLASER, Barney. **Doing Quantitative Grounded Theory: A Review**. Mill Valley: Sociology Press, 2008.

GOOGLE NOTÍCIAS. c2021. Disponível em: <https://news.google.com.br>. Acesso em: 15 abr. 2021.

GOOGLE TRENDS. c2021. Disponível em: <https://trends.google.com.br/trends>. Acesso em: 15 abr. 2021.

GUMBRECHT, Hans Ulrich. **Elogio da beleza atlética**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

HAZARI, S. Investigating Social Media Consumption, Sports Enthusiasm, and Gender on Sponsorship Outcomes in the Context of Rio Olympics. **International Journal of Sports Marketing and Sponsorship**, v. 19, n. 4, p. 396-414, 12 out. 2018.

HOYLE, R. H. **Statistical Strategies for Small Sample Research**. Thousand Oaks: Sage Publications, 1999.

MCCOMBS, M. **A teoria da agenda: a mídia e a opinião pública**. Petrópolis: Vozes, 2009.

MILLA, A.; SANTOS, L. J.; HELÚ, H. Content Strategy and Fan Engagement in Social Media The Case of PyeongChang Winter Olympic And Paralympic Games. **Annals of Applied Sport Science**, v. 8, n. 3, s/p, 1 out. 2020.

NEWMAN, T.; PECK, J.; WILHIDE, B. **Social Media in Sport Marketing**. New York: Routledge, 2017.

NISAR, T. M.; PRABHAKAR, G.; PATIL, P. P. Sports Clubs' Use of Social Media to Increase Spectator Interest. **International Journal of Information Management**, v. 43, n. June, p. 188-195, 2018.

PRIMO, Alex. A cobertura e o debate público sobre os casos Madeleine e Isabella: encadeamento midiático de blogs, Twitter e mídia massiva. **Galáxia**, v. 8, n. 16, 2008.

RECUERO, Raquel; BASTOS, Marco; ZAGO, Gabriela. **Análise de redes para mídia social**. Porto Alegre: Sulina, 2015.

SCHOOT, R. VAN DE; MIOČEVIC, M. **Small Sample Size Solutions: A Guide for Applied Researchers and Practitioners**. New York: Routledge, 2020.

SICSÚ, Abraham Laredo; DANA, Samy. **Estatística aplicada: análise exploratória de dados**. São Paulo: Saraiva, 2012.

STRAUSS, Anselm; CORBIN, Juliet. **Basics of Qualitative Research: Grounded Theory Procedures and Techniques**. London: SAGE Publications, 1990.

TANG, T.; COOPER, R. The Most Social Games: Predictors of Social Media Uses During the 2016 Rio Olympics. **Communication and Sport**, v. 6, n. 3, p. 308-330, 2018.

TEIXEIRA, Carlos Roberto Gaspar. **Data fama: o desempenho dos atletas olímpicos nas redes sociais digitais**. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social), Escola de Comunicação Social, Artes e Design – FAMECOS da PUCRS, Porto Alegre, 2017.

VALE, L.; FERNANDES, T. Social Media and Sports: Driving Fan Engagement with Football Clubs on Facebook. **Journal of Strategic Marketing**, v. 26, n. 1, p. 37-55, 2018.

VAN DIJCK, J. **The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media**. New York: Oxford University Press, 2013. v. 53.

VENTURINI, T.; ROGERS, R. “API-Based Research” or How can Digital Sociology and Journalism Studies Learn from the Facebook and Cambridge Analytica Data Breach. **Digital Journalism**, v. 7, n. 4, p. 532-540, 21 abr. 2019.

WE ARE SOCIAL. Digital in 2016. **We are Social**, Singapura, 26 jan. 2016.

WEAVER, K. Connecting Fans and Sports more Intensively through Social Media. In: **Higher Education Administration with Social Media (Cutting-Edge Technologies in Higher Education)**. [s.l.: s.n.]. p. 191-207.

WOLF, M. **Teorias da comunicação**. São Paulo: Martins Fontes, 2012.

YAU, Nathan. **Visualize isto: o guia do flowingdata para design, visualização e estatística**. Rio de Janeiro: Alta Books, 2012.

\* \* \*

Recebido para publicação em: 21 abr. 2021.  
Aprovado em: 17 out. 2021.

## Um panorama sobre a Sociologia do Esporte: entrevista com Jean-Michel de Waele

Un panorama de la Sociologie du Sport:  
une interview avec Jean-Michel de Waele

### Philippe Chaves Guedon

Fundação Getúlio Vargas, Rio de Janeiro/RJ, Brasil  
Doutor em História, Política e Bens Culturais, CPDOC/FGV  
philippe\_guedon@hotmail.com.

**RESUMO:** Entrevista realizada com o Jean-Michel de Waele, professor do departamento de Ciência Política da Universidade Livre de Bruxelas, na Bélgica. O pesquisador apresenta o seu olhar sobre o campo da Sociologia do Esporte, a partir de sua perspectiva.

**PALAVRAS-CHAVE:** Jean-Michel de Waele; Sociologia do Esporte; Metodologia da Sociologia do Esporte.

**RÉSUMÉ:** Entretien réalisé avec Jean-Michel de Waele, professeur au Département de Science Politique de l'Université libre de Bruxelles, Belgique. Le chercheur présente son point de vue sur le domaine de la sociologie du sport.

**MOTS-CLÉS:** Jean-Michel de Waele; Sociologie du Sport; Méthodologie de la Sociologie du Sport.

Nesta entrevista, Jean-Michel de Waele, professor da Universidade Livre de Bruxelas, doutor em Ciência Política pela mesma instituição, apresenta o seu olhar sobre o campo da Sociologia do Esporte, a partir da sua perspectiva europeia e, mais especificamente, belga.

Waele reflete sobre os dilemas do campo, as dificuldades de produzir pesquisas e obter financiamentos na área; as potencialidades do estudo do esporte como uma janela interpretativa sobre a sociedade e contribui com discussões metodológicas, explorando as metodologias mais usuais no campo e apresentando os seus limites e vantagens.

Ao final, apresenta uma agenda de pesquisas que, segundo ele, segue inexplorada e convoca pesquisadores a se unir, em rede, de modo a fortalecer a própria produção acadêmica sobre o esporte.

A entrevista foi realizada em 02 de julho de 2021, via aplicativo de comunicação online. Apresentam-se as versões em português e francês.

\* \* \*

**Philippe Guedon: Em primeiro lugar, gostaria de agradecê-lo pela participação. Estamos honrados de ter acesso às suas percepções sobre a área de Ciências Humanas e a aproximação com o campo de estudos de esportes. No Brasil, podemos dizer que esse campo tem tido uma crescente profissionalização, com o aumento de eventos congregando pesquisadores na área e com revistas e dossiês sobre o tema. Como o senhor vê a institucionalização desse campo de pesquisa na Europa?**

Jean-Michel de Waele: Olá, Philippe! Espero que você esteja bem. Portanto, quanto à primeira pergunta, acho que também na Europa relacionamentos através de redes sociais desenvolveram-se enormemente, e se desenvolveram, principalmente no mundo anglo-saxão, na Grã-Bretanha. E então, aos poucos, toda uma série de países, como a França e alguns países escandinavos também se interessaram em criar centros de pesquisa relacionados a essas questões. No entanto, as ciências sociais são obviamente muito divididas e acho que há muitas diferenças entre as ciências sociais e entre os países.

O sul da Europa é menos desenvolvido, por exemplo. Na Itália, um grande país do esporte, um grande país do futebol, há muito, muito poucos sociólogos do esporte e sociólogos do futebol. Então, realmente, seria necessário fazer uma geografia quase país por país e disciplinas por disciplinas. As situações são muito diversas. Em todo caso, o que se desenvolveu enormemente foram todas as questões de negócios, a escola de negócios, todas as questões de marketing. Em suma, tudo o que poderia ser útil para o mundo do esporte foi obviamente muito, muito encorajado. Eles receberam um financiamento significativo e há realmente todo um campo que se desenvolveu. A história, eu acho, realmente depende de um estado para outro e de quão abertos são os historiadores. A história do esporte na França se desenvolveu como na Grã-Bretanha e como na Alemanha. Acho, por outro lado, que na Europa central e nos ex-países comunistas o esporte sempre foi considerado um assunto muito sério e que também havia outras prioridades históricas nas quais trabalhar: escrever a história do futebol, basquete ou futebol na Romênia ou na Polônia. Mas, aos poucos, acho que esse

atraso está acabando e que aí também está havendo progresso. Mas as coisas são novamente muito, muito diversas de um estado para outro. A Bélgica, meu pequeno país, está muito atrás. Não tem nenhum museu do esporte ou centro de pesquisa sobre a história do esporte, nem mesmo um livro que descreva cientificamente a história do futebol na Bélgica. Temos produções de literatura cinzenta, jornalistas e material *mainstream*. Mas depende do país, existem países, grandes países do esporte. Acho que temos uma produção científica significativa, mas em muitos países ainda há muito a ser feito nessas questões. Terminando dizendo que o esporte em lugar nenhum é legitimado como um assunto sério das ciências humanas e sociais, continua sendo um assunto de segunda categoria. Isso se explica pelo fato de ser um assunto de essência popular. Todos os assuntos populares são difíceis de serem legitimados e financiados. É uma relação com o corpo, uma relação com o lúdico, com o suor. E assim, continua em todos os países onde existem centros estabelecidos em universidades, como na Grã-Bretanha, como na Alemanha. Onde temos centros estabelecidos muito poderosos, não

mudará nada para os pesquisadores que trabalham nesta área, todos continuam a ter que legitimar o esporte em todos os momentos. E quando participam de uma conferência que não está diretamente relacionada à relação entre as ciências sociais do esporte, devem sempre começar explicando, por dez minutos, por que o esporte? Por que o esporte é um assunto tão interessante? Por que este é um assunto sério? e assim por diante. Há realmente, aqui novamente, uma lacuna muito importante a ser preenchida, inclusive em sociedades onde, repito, como em Portugal, como na Itália, o esporte desempenha um papel importante na vida cotidiana, como pode desempenhar no Brasil e no Uruguai.

**Dentro da área das Ciências Sociais, o senhor vê alguma resistência em relação ao tema, especialmente em detrimento de temas tidos como mais “clássicos” pela disciplina?**

Então, sim, realmente ainda existe muita resistência ao estudo, mas acho que estamos progredindo. Há quinze ou vinte anos, eles eram pioneiros, eram pessoas que encontravam um novo

campo de publicação onde eles faziam as suas carreiras. Historiadores descobriam novos arquivos. Nós encontrávamos algo novo. Mas um tempo depois, as resistências ainda, como eu disse, continuam aqui. Esse não é um assunto sério e o que é difícil, é o que eu falei, além do negócio e uma parte das políticas públicas esportivas, além disso, o resto parece mesmo ser uma forma, um jeito dos torcedores de futebol ou de basquete saciarem a sua paixão sob o relato da pesquisa científica. Mas nós fizemos progresso, isso é inegável. Existem centros, existem publicações em revistas, existem conferências. Eu acho que, pessoalmente, não devo discutir sobre os interesses. Ainda é uma ideia pronta hoje: meu Deus, que interessante, o esporte é rico. Mas, entretanto, se as comissões que têm de financiar projetos de pesquisa tiverem de escolher um tema entre questões de gênero na construção europeia e nas relações internacionais, e em questões de ciência política, sempre serão os temas sérios que serão escolhidos, como o direito constitucional, os partidos políticos, tudo isso. A ascensão dos populismos, mesmo que já existam 6 milhões de livros sobre a ascensão dos populismos. Para ter um financiamento, para apresentar um projeto, os

freios ainda estarão lá de qualquer maneira. Então aí está, Nicollet disse que, isso é muito interessante, as fontes de financiamento são difíceis porque o próprio mundo do esporte é um mundo que não está interessado na pesquisa. Por quê? Porque a pesquisa obviamente implica um ângulo crítico. E o mundo dos esportes odeia críticas. A análise está obviamente ligada a questões sociais, questões de gênero, questões políticas. Todas as coisas que o mundo oficial do esporte odeia. E assim o mundo do esporte que, no entanto, tem muito dinheiro, não financia pesquisas que lhe poderiam ser úteis e prefere financiar apenas questões relacionadas com marketing ou negócios ou com a imagem dos jogadores. Mas tudo isso para poder rentabilizar melhor o seu dinheiro. Então, é claro, alguns estão financiando alguns projetos sobre o papel do esporte na pesquisa, na reinserção social das pessoas com deficiência. Mas é só para ter a consciência limpa. Além disso, é interessante ver que a UEFA distribui bolsas de pesquisas, a FIFA, que a UEFA criou uma universidade quase própria e assina acordos com as suas próprias universidades, e com outras certas universidades. Bem, nós podemos obviamente,

fazer a pergunta: não são essas organizações, com todos os problemas que conhecemos, que decidem financiar tal e tal projeto? Então eles confiam isso a certos acadêmicos. Mas, obviamente, acadêmicos que dependem de financiamento dessas mesmas organizações não são, embora sejam ótimas pessoas e publiquem algumas coisas interessantes. Mas, finalmente, uma dependência de meios financeiros que significa que não existe a mesma liberdade acadêmica para escolher os temas que seriam talvez mais protestantes, mais originais ou mais inquietantes.

**Na Bélgica, assim como no Brasil, há um amor especial em relação ao futebol. Esse “amor” é refletido no número de produções e debates acadêmicos sobre o tema?**

Acho difícil comparar o amor pelo futebol entre os dois. Ainda acho que o papel do futebol no Brasil e o lugar do futebol na sociedade brasileira são claramente mais importantes do que o lugar do futebol na sociedade belga. Não temos tempo para voltar a isso. Acho que não podemos fazer uma grande comparação agora. Na Bélgica, o número de produções

acadêmicas sobre o assunto é extremamente baixo. Acho que posso dizer modestamente que sou o único belga de língua francesa, então a Bélgica de língua francesa para nossos amigos brasileiros é muito pequena. Há 4,5 milhões de falantes de francês na Bélgica. A Bélgica tem 11 milhões de pessoas. Digamos que há 4,5 milhões de falantes de francês e o restante são falantes de holandês. Mas isso não é nem uma cidade no Brasil, a Bélgica francófona não seria uma grande cidade brasileira. Mas na Bélgica francófona, eu sou o único interessado nessas questões. Muitos colegas têm muitas opiniões. Conhecemos colegas que têm opiniões sobre tudo, sobre o que aparece na televisão, sobre o Irã, sobre os Estados Unidos, sobre o esporte, sobre as mulheres, sobre o meio ambiente e os colegas que tentam organizar as conferências, que tentam fazer pesquisas, que estão em contato com o exterior e que publicam livros e revistas na Bélgica francófona. Eu sou o único que pode ser considerado dentro meu campo de pesquisa na língua holandesa. A situação é um pouco melhor ao nível do marketing e dos negócios, mas não ao nível da sociologia do esporte, da identidade política dos adeptos e do

papel social do esporte. Não há colegas que falam holandês que trabalhem nesses assuntos. O atraso na Bélgica é considerável. E é muito difícil, claro, construir algo porque estou sozinho. É muito difícil até dentro do meu centro de pesquisa, mesmo que haja doutorandos fazendo teses sobre futebol no Egito e sobre a relação entre futebol e política no Egito e na Rússia. E depois, eles estarão trabalhando na Rússia de forma rápida. A Bélgica está muito, muito atrasada. Bem, isso se explica também, eu acho, por nossa identidade nacional muito fraca, ou seja, em outros países as conquistas esportivas são destacadas e há orgulho nacional, os atletas que tiveram grande sucesso são adorados pela população, são muito respeitados. Na Bélgica, a identidade nacional, por razões históricas, é muito fraca. Nós temos um ciclista de corrida, Eddy Merckx, que é considerado o melhor ciclista de corrida de todos os tempos, competiu principalmente nos anos setenta. Bem, ele obviamente continua hoje uma personalidade importante, mas agora, não temos essa necessidade de trabalhar cientificamente sobre ele e, a propósito, o verdadeiro problema é que são trabalhados somente os ídolos do futebol belga. Nós deveríamos ser

capazes de publicar coisas críticas e criticar os Red Devils no futebol. Aí está, é realmente uma missão muito, muito complicada. Esta missão é mais complicada porque, como não existem muitos centros de pesquisa, não podemos conduzir um debate científico sobre a Bélgica estar muito, muito atrasada. Posso dizer que estou com idade avançada para continuar com as minhas pesquisas, posso dizer que estou meio que no fim da minha carreira e posso dizer que será um dos meus maiores fracassos, certamente, ter sido incapaz de criar um centro de pesquisa sobre esporte na Bélgica francófona. Posso dizer que me dou muito bem com meus colegas de língua holandesa que não estão apenas interessados em questões econômicas. E percebo que estamos terrivelmente atrasados quando vejo na internet o que se pode publicar no Brasil.

**Como o senhor descreveria a sua aproximação com o tema? Afinal, por que decidiu estudar esportes, como um dos seus temas de pesquisa?**

Como decidi trabalhar no esporte? Eu não quero ser muito longo porque não é uma vida muito interessante, uma vida pessoal ou crescimento pessoal. Decidi trabalhar com o esporte lendo vários livros publicados em francês. Há um excelente antropólogo, Christian Bromberger, um antropólogo que publicou uma série de livros sobre o elo lógico do esporte e dos torcedores. Eu li esses livros e tive uma espécie de revelação. Já me interessava muito por futebol e acho isso descuidado. Não tenho certeza de que esta seja uma boa escolha. Eu aprofundi a minha paixão pelo futebol, transformei a minha paixão pelo futebol em trabalho. Eu estava passando por muitas coisas, me fazendo perguntas. Eu lia livros e disse a mim mesmo que eu tinha que trabalhar nisso. Você realmente tem que gostar do que faz, porque você começa a assistir aos jogos de futebol como sociólogo, antropólogo, cientista político, como mulher do futebol. Isso é, a propósito, uma das minhas dificuldades de montar um centro de pesquisas. Eu tive colegas na minha universidade que eram apaixonados por futebol, mas que diziam: « Eu não quero trabalhar com isso, porque quando eu assisto uma partida de

futebol, eu assisto uma partida de futebol. Eu não quero fazer direito, eu não quero fazer sociologia. Se eu trabalhar com isso, eu vou estragar a minha paixão pelo futebol, vou estragar a emoção que sinto ao assistir as partidas ». E isso é verdade, então não existem muitas pessoas que trabalham com isso. Comecei a fazer coisas e tive sucesso. É preciso ser muito modesto porque, como dizemos em francês, no reino dos cegos, os caolhos são reis. Eu estava sozinho. Foi muito difícil ter um pouco de sucesso. Conheci Christian Bromberger, que me incentivou muito e construí uma rede internacional. E foi assim que a aventura começou. Mas repito, no meu caso é mais uma aventura pessoal e individual do que a construção de um centro de pesquisa onde haveria toda uma série de pesquisadores trabalhando no assunto. O que me interessa fundamentalmente é que existem muitos assuntos. Obviamente, acho que o futebol é um revelador extraordinário de nossa evolução social. Acho que o futebol não cria nada, não é o futebol que cria a violência, não é o futebol que cria a homofobia, não é o futebol que cria o racismo e a extrema direita. Mas o futebol revela relações sociais, revela a relações entre nações. Enquanto falamos,

temos a Copa América e o Euro acontecendo. As relações entre França e Suíça, França e Bélgica, Alemanha, Inglaterra, revela todos os estereótipos ou visões de nações, todas as identidades locais de uma forma bastante extraordinária. O que realmente me interessa é a questão da identidade. Como os torcedores têm uma identidade? O futebol fala sobre nossa sociedade? Eu acho que há muitas caixas pretas, muitas coisas para explicar. Podemos explicar porque o futebol é o esporte rei ? Por que o futebol é o esporte que se consolidou como o esporte mais globalizado? Podemos explicar como a globalização do futebol também permite uma localização do torcedor? Em algum lugar, a globalização do futebol obriga os torcedores a torcerem pelo seu time local ou seu país. Eu acho que não há dificuldade, eu penso. Existe uma caixa preta, uma incógnita sobre a qual devemos trabalhar a identidade futebolística e como ela se constrói. E por que não podemos mudar de time? Por que permanecer sempre torcendo pelo mesmo clube? Nós não temos escolha. Estou muito interessado em tentar entender por que uma criança de sete anos, que decide torcer para um clube de futebol, não percebe que esta é provavelmente a única

escolha que terá para o resto da sua vida. Pode ser que ela depois de um tempo não se interesse mais por futebol, mas é certo que ela não vai mudar de time. Sabemos, como já foi dito repetidamente, que podemos mudar nossa opinião política durante a vida, podemos trocar de religião, podemos mudar de emprego, podemos mudar nossa nacionalidade, podemos mudar de sexo, podemos mudar nossa filosofia de vida, podemos mudar de emprego, podemos mudar em tudo. Mas quando a gente torce para o Santos, para o Grêmio, e na Europa, se torcemos para o Liverpool, não vamos um dia levantar e dizer: ei, vou torcer para o Everton. E se eu sou um torcedor da Juventus na Itália, continuarei a ser torcedor da Juventus. Não vou acordar um dia e dizer finalmente, sou do AC Milan. Não é possível. Podemos perder o interesse por futebol, mas não mudaremos de time. Mesmo que os dirigentes do clube sejam horríveis, que não correspondam à nossa visão de mundo, à nossa ideologia, à forma que gostaríamos que o clube fosse administrado. Então, aí está, perguntas interessantes sobre a identidade, a relação com a identidade coletiva e nossos caminhos individuais, que me fascinam. Além disso,

porque o futebol hoje é uma grande ferramenta que, pelo menos na Europa, nos permite dizer que somos belgas, italianos e espanhóis. São os únicos momentos em que existem nações. São os únicos momentos em que existem cidades, nós somos de Paris, de Marselha, de Milão e de Roma. É assim que as identidades locais e a globalização se encontram, são assuntos que me interessam muito. E eu gostaria de trabalhar no futuro, acho, sobre dois tipos de trabalhadores do futebol sobre os quais nunca falamos o suficiente, e um deles são os árbitros. Acho que há um buraco negro na literatura dos árbitros. Quem são os árbitros? Quais são os tipos de árbitros? Como comparar em diferentes países? Os árbitros são treinados, considerados e o que explica os árbitros voluntários? Porque sem arbitragem não há esporte. E o que explica por que as pessoas em todo o mundo se levantam muito cedo nos fins de semana para arbitrar por somas muitas vezes irrisórias, jogos infantis? E então, qual é a figura do árbitro? Sua autoridade e a evolução da arbitragem, a chegada do vídeo, a profissionalização de árbitros, árbitros nos mesmos países. O que esperamos dos árbitros? Este é um assunto no qual irei trabalhar. O outro

assunto que vou trabalhar é sobre treinadores. Acho que trabalhamos muito, muito pouco sobre treinadores e muito sobre jogadores e sobre hooligans. Acho que tentarei dar uma tipologia de treinadores, falar sobre a formação dos treinadores, o papel dos treinadores, a profissionalização dos treinadores e o caminho do futebol amador ou esporte amador até esporte profissional. E também sobre o papel das treinadoras e outras questões que considero muito, muito interessantes.

**O cientista social apresenta um olhar diferenciado em relação a qualquer tema que envolve o ser humano. Segundo a sua percepção, qual é a especificidade do olhar do cientista social sobre o esporte ?**

Acho muito difícil responder a essa pergunta. Porque para falar a verdade, a noção da sociologia do esporte e a construção da disciplina é muito fraca, muito frágil. Penso que a sociologia é uma ciência que está em crise pela diversidade dos seus assuntos. O que ainda une os que o fazem a sociologia da vida, a sociologia das prisões, a sociologia do esporte e assim por diante? São apenas os métodos? Os tópicos são tão diferentes

que acho que realmente não há nada. É difícil pensar que a institucionalização é a única coisa que vos une. Na verdade, é o seu objeto de estudo e vejo que, a pergunta é excelente porque justamente, o que me impressiona, é que tenho a impressão de que essa é a força e a fraqueza. Mas não sou sociólogo. Sou um cientista político, mas se digo que faço sociologia política do esporte e do futebol, os jornalistas que me entrevistam me falam : “Como devemos colocar ? professor de ciência política?. Os jornalistas e leitores não vão entender porque você está sendo entrevistado se eu colocar sociólogo do esporte. Não soa bem. Meus colegas sociólogos me enviam e-mails dizendo que eles não possuem uma tese em sociologia. É como se não pudéssemos fazer sociologia política. E isso é o que me impressiona muito, é que cada vez mais, nas conferências que eu organizo e nas quais participo, não sei se no Brasil é a mesma coisa, seria muito interessante comparar isso. É que as conferências, as resenhas são cada vez mais multidisciplinares. Eles organizam conferências de história do esporte com coisas muito interessantes em termos de história e marketing, negócios também, e outras disciplinas. Eles são sociólogos,

cientistas políticos e antropólogos. É uma disciplina muito multidisciplinar, que é o seu ponto forte, mas também um pouco a sua fraqueza, porque não promove nem a sua institucionalização nem, eu acho, debates teóricos. Não existe uma teoria da sociologia e há muito poucos teóricos da sociologia do esporte. Existem teóricos da sociologia do trabalho, e obviamente existem teóricos de outras áreas. Seria muito difícil dizer quais são os teóricos internacionais. Existem autores, claro. Dizemos para nós mesmos: Ok, existem autores para o meu site, mas como sociólogo, há uma visão geral aqui. O esporte traz algo para a sociologia? Não tenho certeza, mas não acho que nossos colegas e nós mesmos que devemos ser culpados por isso. Eu realmente acho que existe de tudo, até a questão de o que é sociologia hoje. Como na ciência política, podemos ver que quanto mais a disciplina da ciência política se especializa, mais difícil é fazer as pessoas dialogarem. Porque é só isso que é necessário. As pessoas quem fazem ciência política e relações internacionais está no mesmo laboratório, no mesmo departamento, na mesma faculdade ou não? Depende. Em alguns países sim, em outros países, não. Mas

você tem pessoas que fazem administração pública. Eles estão nos mesmos departamentos com todos os jogos de poder e cada um está tentando se legitimar. Então, eu acho que as ciências humanas e sociais, em algum lugar enquanto estão se desenvolvendo, se especializando, estão fragmentadas e será difícil ter teorias gerais. Acho que não estamos mais na época. Sem dúvida que o último sociólogo ou um dos últimos sociólogos a tentar ter uma influência geral foi Bourdieu. Não vejo no esporte quais seriam as três ou quatro escolas assim. Pode-se dizer que é uma contribuição para a sociologia, mas trabalhamos o esporte, como exemplo.

**Recentemente, a área das Ciências Sociais tem sido demandada por refinamentos metodológicos. Como o senhor descreveria esse fenômeno no cenário europeu?**

Sim, obviamente, todos estamos sujeitos a pedidos de melhoria em nossas disciplinas, acho que há um momento em que temos que parar de repetir o que sabemos. Acho que também há assuntos que são muito pequenos e foram muito estudados. Estou me referindo ao partidarismo e ao hooliganismo. Eu

acho que há uma abundância de literatura sobre esses temas e que é muito difícil, com todos esses estudos de caso, de fazer uma subida na generalidade, de fazer uma teorização ou mesmo de fazer uma tipologia. Porque eu acho que a grande fraqueza pra mim, a fraqueza fundamental, sabendo bem também que está incluído no preço do artigo, porque faz parte da entrevista ou porque essa é a minha luta, é que falta uma análise comparativa. E tenho feito isso como um paliativo político desde o início e acho que isso é necessário. Se quisermos compreender os fenômenos sociais, precisamos compará-los. Então, obviamente, isso leva muito tempo. Temos que construir redes, temos que usar a mesma metodologia para poder comparar as mesmas coisas, seguindo os mesmos critérios, claro, mas acho que meus colegas franceses, meus colegas ingleses, o que posso ler dos colegas brasileiros, é sobre o Brasil, é sobre a França, é sobre a Suíça, é sobre... É sempre muito interessante. Obviamente, esses são estudos de caso e, às vezes, estudos de caso comparados entre várias equipes do Brasil, vários times da França, etc. Mas o autor ou os autores pensam então que as especificidades do caso

brasileiro, do caso francês ou dos casos estudados, acontecem em outros lugares também, ao passo que se compararmos, nos damos conta que talvez, as especificidades não são de jeito nenhum as mesmas e que talvez as pessoas que trabalharam no esporte, no futebol comparadas as outras sejam muito mais diferentes, porque perceberiam que a originalidade de seu caso nacional não está onde eles pensam que esteja, que aquilo que pensaram ser específico para o seu caso, na verdade, é verdade em todos os principais países do futebol e, portanto, o que é especificamente alemão, brasileiro, italiano pode estar em outro lugar. E assim, acho que o próximo passo para a sociologia do esporte é a comparação e, obviamente, os historiadores sempre foram muito, muito difíceis de comparar, porque para eles, obviamente, é a história da França, a história do Brasil, a história da Bélgica. Não há nenhum país no qual eles tenham interesse em comparar. Mas acho que para os cientistas políticos, sociólogos, é extremamente importante sair dos marcos nacionais e ir para projetos de análise. Comparar, porque senão, lemos livros sobre a Itália, lemos livros sobre Portugal, e é interessante. Mas como é em outros

lugares? Isso quer dizer que, se tomar o exemplo de meus temas de pesquisa sobre identidades políticas locais, torcedores... é necessário comparar. Agora, teríamos que fazer análises em 20, 30 países com a mesma disciplina, a mesma metodologia para realmente entender o que é comum e o que é diferente e as causas do comum e as causas que produzem as diferenças. O mesmo vale para uma pesquisa sobre treinadores ou árbitros. É muito, muito impressionante ver que há tão pouca comparação nesse nível, de modo que para mim, pessoalmente, acho muito difícil entrar em contato com eles, porque perguntam em que idioma vamos fazer. As pessoas que praticam esportes nem sempre falam três ou quatro línguas. Então aí está, é obviamente complicado, isso leva muito tempo. E numa época em que todas as academias vivem no « publish or perish », é mais rápido escrever um artigo sobre a identidade do clube de futebol local ou sobre o futebol para deficientes físicos na cidade, sobre assuntos que são muito revisados do que se lançar em uma vasta busca de pesquisa por comparação. E todos nós somos submetidos a essa obrigação permanente de publicação. A outra questão é obviamente a

quantificação e matematização das ciências humanas e sociais, uma tendência vinda da América do Norte, que é uma tendência que tem, do meu ponto de vista, um fundo ideológico muito forte. Acho que podemos, sem muita dificuldade, mostrar a ligação entre essa matematização e o neoliberalismo. Infelizmente, acho que isso é necessário em todos os lugares, inclusive em outras áreas. Temos cada vez mais artigos quantitativos com regressões, com correlação. Então, eu já conduzi muitas pesquisas qualitativas, baseadas em uma série de entrevistas. Eu acho extremamente útil e é o método que eu continuo recomendando porque é preciso perceber que é o público que nós estão estudando. Sejam torcedores, jogadores, atletas, treinadores, árbitros. Um público para o qual preencher questionários de pesquisas quantitativas nem sempre é simples ou óbvio. Acho que a análise quantitativa tem a vantagem de poder, com entrevistas semiestruturadas ou não, voltar às respostas e levar em conta tabelas de elementos que estão dentro do esporte de uma forma muito, muito forte. O apoio à um time de futebol ou uma prática esportiva tem uma dimensão psicológica e emocional muito forte. Atualmente

temos um herói no futebol, os belgas fizeram uma festa quando os franceses foram eliminados.... Bem, penso que não é através da realização de entrevistas qualitativas, com uma série de testemunhos de torcedores e gestores dos meios de comunicação, que se pode ter uma melhor representação. Há certamente também análises interessantes e métodos de análise interessantes de redes sociais que são obviamente um espaço de expressão e de participação. É uma alegria para a seleção belga não jogar contra a França, é uma alegria para a seleção belga se classificar contra Portugal e ver a seleção francesa derrotada pela Suíça. As pessoas foram às ruas com buzinas e a bandeira belga para celebrar a eliminação de um país contra o qual não estávamos jogando, o que é muito, muito paradoxal. Isso diz algo sobre a relação entre os belgas e os franceses? E portanto, as redes sociais desempenharam um grande papel nisso. Acho que os colegas que analisam esse cálculo em um nível quantitativo e as coisas nas redes sociais, podem produzir coisas muito, muito interessantes. No entanto, fico um pouco desconfiado porque acho que as redes sociais são bolhas, principalmente o Twitter. O Twitter não faz

eleições. Existem milhões de pessoas que não estão no Twitter. Eu acho o Twitter um pouco chato, mas é interessante ver os torcedores mais militantes, os mais ativos, os mais comprometidos, os que gritam, que berram. Os jornalistas mais famosos usam o twitter. Mas, a exclusão digital é uma realidade e acho que quando polarizamos a pesquisa às redes sociais, acho que em parte, estudamos a nós mesmos e esquecemos um pouco que todo mundo é uma parte permanente das redes sociais. Ou em qualquer caso, sim, você pode usar redes sociais como o Facebook para postar notícias de seus filhos, para ter notícias de seus amigos. Nem todo mundo usa as redes sociais para defender uma causa, para instilar emoções futebolísticas, para acusar o treinador, o árbitro. Nem todo mundo usa as redes sociais para tentar ter o máximo de amigos possível. Então, acho que existem... é interessante estudar os efeitos das redes sociais, mas acho que também existem limites significativos e, portanto, ao meu ver, é isso o que fizemos na Bélgica, com um colega de estudos, sobre as motivações dos árbitros, onde tudo foi muito quantitativo. Pudemos enviar um questionário a todos os árbitros, incluindo todos os amadores

belgas, sobre as suas motivações para a arbitragem. Mas para mim a parte mais rica foi as entrevistas depois, que foram feitas com os árbitros, todas as perguntas que podemos fazer sobre os seus sentimentos, todas as suas emoções, todas as suas hesitações. E aqui está, parece-me que o resultado é muito, muito mais rico do que a quantificação do número da idade média do árbitro, do tempo que ele passa como árbitro por semana. Esses números, para mim, são interessantes, são úteis e para mim é o início da pesquisa. Isso ajuda a aumentar a pesquisa. Para mim, essas análises quantitativas são um meio, e não um fato.

**Para encerrar a nossa entrevista, gostaria de dizer quais são os temas que mais tem sido recorrentes entre os seus pares em relação ao Esporte e as Ciências Sociais?**

Eu realmente acho que as pesquisas têm sido muito importantes quando me refiro as ciências sociais e humanas. Se não levar em conta as leis, a economia, e a história, acho que a pesquisa mais recorrente é sobre o partidatismo. Como explicar essa polarização do partidatismo? Na verdade, é

partidarismo ou hooliganismo? Acho que há duas razões principais para a polarização nesse assunto. A primeira é que teve um problema social, político e de política pública com o hooliganismo e que as autoridades públicas financiaram pesquisas sobre como podemos resolver os problemas do hooliganismo, e portanto, temos uma série de pesquisas em uma série de países diferentes sobre o hooliganismo. É difícil falar sobre hooliganismo sem falar do partidatismo. Há outra razão que...muitas vezes, são os livros de partidatismo cujos apoiadores estão interessados em obter livros sobre si mesmos. E essa tendência é reforçada, em todo caso, na França e em alguns outros países, pelo fato de que muitas vezes os próprios autores são ex-hooligans em clubes de torcedores que amadureceram, estiveram na universidade, que escreveram sobre uma época de suas vidas e que eles mantiveram um relacionamento ou ainda apoiam o clube. Talvez tenham envelhecido um pouco, nem todos estão se mudando, ou são casados, ou têm filhos, ou são professores de universidade ou são pesquisadores de universidade. Mas de qualquer forma, aqui estão eles, eles conhecem este ambiente muito, muito

bem. Eles têm amigos, eles sabem que obviamente podem dar um bom relato do que eles próprios vivenciaram com essa força, mas também, claro, com essa grande fraqueza que é muitas vezes ... eu digo a eles que a sua pesquisa, a sua tese é uma terapia individual. Há um lado terapêutico em trabalhar sobre o assunto e de fato eles estão trabalhando neles mesmos. O especialista do partidário em Marselha que foi alguém que durante sua adolescência viveu tudo isso e anos depois testemunha. Ao mesmo tempo que é interessante, existem todos os limites que o tornam assim, mas foi há dez anos, é possível ter mudado? Sim. E depois, o apoio... à dificuldade, obviamente, na época dos títulos do futebol e do esporte. É porque não conheço gente que trabalhe com a sociologia do futebol, que não seja entusiasta do futebol e que não seja torcedor, o que é muito, muito diferente de outras disciplinas. Acho que essa é uma das conclusões. Talvez possamos aprender com esta entrevista. Obviamente, é um investimento para quem trabalha com esses temas. Podemos trabalhar na extrema direita e não sermos da extrema direita para isso, podemos trabalhar com muitos assuntos nas ciências humanas

e sociais sem ser um stakeholder. Já no futebol, somos pelo menos uma parte interessada porque apoiamos um clube pequeno, um grande clube, uma nação, etc. Portanto, nossos estudos são muitas vezes tendenciosos por nossas posições, às vezes são tendenciosos por essa filiação partidária que nos permite entender completamente o que é o partidarismo, a emoção, o gosto pela vitória, a decepção e a frustração. Mas devemos estar cientes de que em algum lugar, está extremamente presente ao mesmo tempo que em nossas análises, e que às vezes é difícil distinguir entre as coisas. Isso certamente é verdade para estudos de partidarismo, de hooliganismo, mas também é verdade, eu acho, para uma série de debates. Participei muito e tentei lançar uma série de reflexões sobre a reforma do futebol. Como poderíamos pensar no futebol de amanhã? Qual seria alternativa progressiva ao futebol de negócios? Um futebol mais ético? Um futebol menos desigual? Um futebol regulamentado? Organizado de outra forma que não pela busca do lucro máximo? Bem, posso ver que muito poucos economistas estão trabalhando nessas questões na Europa, e como eu disse anteriormente, nossos

colegas franceses tem como modelo apenas o modelo francês de futebol. Os colegas ingleses vêem a Premier League, os colegas espanhóis, o Calcio e não há conhecimento profundo de como o futebol pode ser organizado. Em Portugal, Dinamarca, Suécia e Uruguai, obviamente, você tem que pensar nas coisas de uma forma comparativa. E podemos ver claramente os interesses dos clubes, para o torcedor é sempre difícil de condenar seu próprio clube ou de defender medidas que regulariam o futebol, mas que talvez iriam contra os interesses do seu campeonato ou contra os interesses de seu clube. Eu acho também que essa é uma tendência absolutamente fantástica.

\* \* \*

Dans cet entretien, Jean-Michel de Waele, professeur à l'Université libre de Bruxelles, Doctorat en science politique de la même institution, présente son point de vue sur le domaine de la sociologie du sport, de son point de vue européen et plus particulièrement belge.

Il réfléchit aux dilemmes du terrain, aux difficultés de produire de la recherche et d'obtenir des financements dans le domaine; le potentiel de l'étude du sport comme fenêtre d'interprétation sur la société et contribue aux discussions méthodologiques, en explorant les méthodologies les plus courantes dans le domaine et en présentant ses limites et ses avantages.

Au final, il présente un agenda de recherche qui, selon lui, reste inexploré et appelle les chercheurs à se joindre, en réseau, afin de renforcer la production académique sur le Sport, en général.

L'interview a été réalisée le 2 juillet 2021, via application de communication en ligne. Les versions portugaise et française sont présentées.

\* \* \*

**Philippe Guedon – Tout d'abord, je tiens à vous remercier pour votre participation. Nous sommes honorés d'avoir accès à vos idées dans le domaine des sciences humaines et de l'approche du domaine des études sportives. Au Brésil, on peut dire que le domaine des études sur le sport et les sciences sociales a connu une professionnalisation croissante, avec l'augmentation des événements rassemblant des chercheurs du domaine et avec des revues et des dossiers sur le sujet. Comment voyez-vous l'institutionnalisation de ce champ de recherche en Europe?**

Jean-Michel de Waele – Salut Philippe! J'espère que tout va bien. Donc à la première question je pense qu'en Europe aussi, les relations par réseaux sociales se sont énormément développées, et se sont développées, particulièrement d'abord dans le monde anglo saxon, en Grande-Bretagne. Et puis, petit à petit, toute une série de pays la France, certains pays scandinaves se sont aussi intéressés en créant des centres de recherche liés à ces questions. Néanmoins, les sciences sociales sont évidemment très divisées et je pense qu'il y a beaucoup de différences entre sciences

sociales et entre pays. Le sud de l'Europe est moins développé, par exemple. Il est temps de se dire qu'en Italie, grand pays de sport, grand pays de football, il y a très, très peu de sociologue du sport ou sociologue du football. Donc vraiment, il faudrait pouvoir faire une géographie presque pays par pays et disciplines par disciplines. Les situations sont vraiment diverses. Ce qui s'est en tout cas massivement développé, c'est que toutes les questions de business, le business school, toutes les questions de marketing. Bref, tout ce qui peut servir au monde du sport a évidemment été très, très encouragé. Ils ont reçu un financement important et il y a là véritablement tout un champ qui s'est développé. L'histoire, je pense, dépend vraiment d'État à État et du degré d'ouverture des historiens. L'histoire du sport en France s'est développée comme en Grande-Bretagne, comme en Allemagne. Je pense par contre qu'en Europe centrale, les anciens pays communistes, le sport est souvent... à longterm été considéré comme un sujet plus sérieux et aussi qu'il y avait d'autres priorités historiques à travailler : écrire l'histoire du football, du basket ou du football en Roumanie ou en Pologne. Mais petit à petit, je pense que ce

retard se comble et que là aussi, un progrès est réalisé. Mais bon, les choses sont de nouveau très, très diverses d'un Etat à l'autre. La Belgique, mon petit pays est dans un gros retard. Pas de musée du sport ni de centre de recherche sur l'histoire du sport, ni même un livre qui ferait de façon scientifique l'histoire du football en Belgique. Nous avons des productions de littérature grise, de journalistes et des choses grand public. Mais selon les pays, il y a des pays, les grands pays et les grands pays de sport. Je pense qu'on a une production scientifique importante, mais il reste encore dans beaucoup de pays, beaucoup à faire sur ces questions-là. Je terminerai pour dire que aussi ma foi, le sport, n'est pas, n'est nulle part encore légitimée comme un sujet sérieux de sciences humaines et sociales, ça reste un sujet de seconde zone. Ça s'explique par le fait que c'est un sujet d'essence populaire et tous les sujets d'essence populaire sont difficiles à se faire légitimer, à se faire financer. C'est un rapport au corps, rapport au ludique, à la sueur. Et donc, ça continue là, dans tous les pays que l'on est des centres établis dans les universités, comme en Grande-Bretagne, comme en Allemagne, où on a des centres établis fort

puissants, ça ne change rien pour les chercheurs qui travaillent sur ce domaine continue tout de même à devoir en permanence légitimer le sport. Et quand il participe à un colloque qui n'est pas directement lié à un rapport entre sciences sociales des sports doivent toujours commencer pendant dix minutes à expliquer pourquoi le sport ? Pourquoi le sport est un sujet intéressant ? Pourquoi cette est un sujet sérieux et ainsi de suite. Il y a vraiment, là encore, un retard véritablement important à combler, y compris dans les sociétés où, je le répète, comme au Portugal comme en Italie, où le sport joue un rôle au quotidien massif, comme il peut le jouer au Brésil ou en Uruguay.

**Au sein du domaine des Sciences Sociales, voyez-vous des résistances au sujet, notamment au détriment des sujets considérés comme plus « classiques » par la discipline ?**

Donc, oui, il y a vraiment beaucoup de résistance à l'étude, c'est à dire que je pense que l'on progresse. Il y a 15, 20 ans, c'était vraiment des pionniers, c'était des personnes qui trouvaient aussi un nouveau champ de publication où elle faisait sa

carrière et faisait leur carrière. Les historiens, en découvrant de nouvelles archives. On trouvait quelque chose de nouveau. Mais un temps après, les résistants sont, comme je l'ai déjà dit, toujours bien là. Ce n'est pas un sujet sérieux, et ce qui est difficile, c'est que je l'ai dit, à part le business et une partie de politiques publiques du sport. À part ça, le reste apparaît véritablement comme une espèce, une façon pour des fans de foot ou des fans de basket de s'adonner à leur passion sous le compte de la recherche scientifique. Mais on a fait des progrès, c'est indéniable. Il y a des centres, il y a des revues et il y a des colloques. Je vois bien que je ne dois personnellement moins argumenter sur l'intérêt. C'est quand même une idée aujourd'hui toute faite. Mon Dieu, comme c'est intéressant, le sport ah comme c'est riche. Mais en attendant, si les commissions qui doivent financer les projets de recherche ont à choisir un sujet sur des questions de genre, sur la construction européenne, sur les relations internationales, enfin sur les questions de science politique, ce sont toujours... seront toujours les sujets sérieux, le droit constitutionnel, les partis politiques, voilà tout ça. La montée des populismes,

même si tu as 6 millions de livres sur la montée des populismes, pour avoir un financement, pour déposer un projet. Les freins auront quand même sont quand même bien là. Alors voilà, Nicollet disent que c'est très intéressant. Mais les sources de financement sont difficiles parce que le monde du sport lui-même est un monde qui n'est pas intéressé du tout par la recherche. Pourquoi ? Parce que... parce que... parce que la recherche sous-entend évidemment un angle critique. Et le monde du sport déteste la critique. L'analyse est évidemment liée à des questions sociales, des questions de genre, des questions politiques. Toutes choses que le monde officiel du sport déteste. Et donc le monde du sport, qui pourtant a énormément d'argent, ne finance pas les recherches qui pourraient lui être utiles et préfère uniquement financer des questions liées au marketing ou au business ou aux images des joueurs. Mais tout ça dans le but de mieux pouvoir rentabiliser leur argent. Alors, certes, certains financent quelques projets sur le rôle du sport dans la recherche, dans la réinsertion sociale pour les handicapés. Mais c'est vraiment pour se donner une très bonne conscience. Et d'ailleurs, il est

intéressant de voir que l'UEFA à la FIFA donne des bourses de recherche, que l'UEFA a créé sa quasi propre université ou signe des accords avec leurs propres universités, avec certaines universités. Bon, on peut. On peut évidemment se poser tout de même la question est ce que ce n'est pas ces organisations-là, avec tous les problèmes que l'on connaît, de décider de financer tel ou tel projet ? Alors il confie ça à certains académiques. Mais évidemment, les académiques dépendant du financement de ces mêmes organisations ne sont pas, même si ce sont des gens très bien et publient des choses intéressantes. Mais enfin, une dépendance sur les moyens financiers qui fait qu'il n'y a pas la même liberté académique de choisir les sujets qui seraient peut-être plus contestataires, plus originaux ou plus dérangeants.

**En Belgique, comme au Brésil, il y a un amour particulier pour le football. Cet «amour» se reflète-t-il dans le nombre de productions académiques et de débats sur le sujet?**

Donc quant au Brésil et en Belgique, il y a l'amour du football. Je pense que même que c'est difficile de comparer l'amour du football entre les deux. Je pense quand même que le rôle du football au Brésil et la place du football dans la société brésilienne est nettement plus importante que la place du football dans la société belge. On n'a pas le temps d'y revenir. Je ne pense pas qu'on peut se lancer dans une grande comparaison maintenant. En Belgique, le nombre de productions académiques sur le sujet est extrêmement faible. Je pense pouvoir dire modestement que je suis le seul Belge francophone. Alors la Belgique francophone pour nos amis brésiliens, c'est tout petit. Il y a 4 millions et demi de francophones en Belgique. La Belgique, c'est 11 millions de personnes. Disons qu'il y a 4 millions et demi, 5 millions de francophones et que le reste, ce sont des néerlandophones. Mais donc ce n'est même pas une ville au Brésil, donc ce n'est pas une grande ville brésilienne, la Belgique francophone, mais en Belgique francophone, je suis le seul à m'intéresser à ces questions-là, alors plein de collègues ont pleins d'avis. On connaît bien les collègues qui ont des avis sur tout, qui passent à la télévision, sur l'Iran, sur les Etats-

Unis, sur le sport, sur les femmes, sur l'environnement et des collègues qui essayent d'organiser les colloques, qui essayent de faire de la recherche, qui sont en contact à l'étranger et qui publient des livres, des revues en Belgique francophone. Je suis le seul dont on peut dire que c'est mon terrain de recherche du côté néerlandophone. La situation est un peu meilleure au niveau marketing et business, mais pas du tout au niveau sociologie du sport, identité politique des supporters et au rôle social du sport. Il n'y a pas de collègues néerlandophones qui travaillent sur ces sujets-là. Le retard en Belgique est considérable. Et c'est très difficile, évidemment, de construire quelque chose parce que je suis plutôt seul. Mais c'est évidemment très difficile. Et même à l'intérieur de mon centre de recherche, même s'il y a des doctorants qui font des thèses sur le football en Egypte et rapport football et les politiques en Egypte ou en Russie. Très rapidement après, ils vont travailler sur la Russie. Ils vont travailler sur l'Egypte parce qu'il n'y a pas de chair destinée à donner cours et donc sourcées sur des sujets de sport. La Belgique a un très, très gros retard. Bon, ça s'explique par, je pense aussi, notre très faible identité

nationale, c'est-à-dire que dans d'autres pays les exploits sportifs sont mis en avant et il y a une fierté nationale, les sportifs qui ont eu des grands succès sont adulés par la population, sont très respectés. En Belgique l'identité nationale, pour des raisons historiques, est très faible. Et si les personnes, évidemment, on a un coureur cycliste Eddy Merckx, que tout le monde dit être le meilleur coureur cycliste de tous les temps, a surtout couru dans les années septante. Bon, il reste évidemment aujourd'hui une personnalité importante. Mais voilà, on n'a pas ce besoin de travailler scientifiquement et d'ailleurs le vrai problème, c'est qu'ils sont travaillés sur les idoles du football belge. On devrait aussi pouvoir publier les choses critiques, et critiquer les Diables rouges en football. Voilà, cette mission est vraiment très, très compliquée. Cette mission d'autant plus compliquée que comme il n'y a pas plusieurs centres de recherche, on ne peut pas mener un débat scientifique donc vraiment la Belgique est très, très en retard. Je pourrais dire moi qu'avance dans l'âge de ma recherche, moi qui suis plutôt en fin de carrière. Je pourrais dire que c'aurait été un de mes échecs, certainement, c'est d'avoir été incapable

de monter un centre de recherche sur le sport en Belgique francophone et que je m'entends très bien avec mes collègues néerlandophones qui ne sont pas intéressés uniquement par des questions économiques et que dès lors, on est terriblement en retard. Et quand je vois sur Internet ce qui peut publier au Brésil, voilà.

**Comment décririez-vous votre approche du sujet? Après tout, pourquoi avez-vous décidé d'étudier le sport comme l'un de vos sujets de recherche?**

Comment est-ce que je suis décidé à travailler sur le sport ? Je ne veux pas être trop long parce que bon, ce n'est pas très intéressant la vie ou la vie personnelle ou les évolutions personnelles. Je me suis décidé de travailler sur le sport en lisant un certain nombre d'ouvrages parus en français. Il y a un excellent anthropologue, Christian Bromberger, anthropologue qui a publié toute une série d'ouvrages sur l'entrepôt logique du sport les supporters. J'avais lu ces ouvrages et j'ai eu une espèce de révélation. J'étais déjà fort intéressé par le football et je trouve de façon bâclée. Je ne suis pas sûr que dans la vie personnelle

privée, c'est un bon choix. J'ai envahi ma passion footballistique, ma passion footballistique dans le travail. Je vivais des tas de choses me poser des questions. J'ai lu des ouvrages et je me suis dit il faut travailler là-dessus. Il faut vraiment travailler pour cet oubli parce qu'alors on regarde les matches de football plus en tant que sociologue, anthropologue, politologue, en tant que femme de foot. C'est d'ailleurs une de mes difficultés pour monter un centre de recherche que j'avais des collègues dans mon université et qui sont passionnés par le football mais qui dit : moi, je ne veux absolument pas. Car quand je regarde un match foot, je regarde un match de foot. Je ne veux pas faire du droit, je ne veux pas faire de la sociologie. Si je commence à travailler dessous, je vais gâcher ma passion. Je vais gâcher mon émotion et ce qui est vrai. Donc voilà. Il n'y avait plus grand monde qui travaillait sur le sujet. Je me suis mis à faire des choses. Ça a rencontré un certain succès. Il faut être très modeste parce que, comme on dit en français, au royaume des aveugles, les borgnes sont rois. J'étais tout seul. C'était très difficile d'avoir un petit succès. J'ai rencontré Christian Bromberger, qui m'a beaucoup encouragé et j'ai

construit un réseau international. Et voilà comment l'aventure a commencé. Mais je le répète, ça reste dans mon cas plutôt une aventure individuelle personnelle que la construction d'un centre de recherche où il y aurait toute une série de chercheurs et travaillaient sur le sujet. Moi, ce qui m'intéresse, c'est fondamentalement qu'il y a énormément de sujets. Je pense évidemment que le football est un révélateur extraordinaire de nos évolutions sociales. Je pense que le football ne crée rien, ce n'est pas le football qui crée la violence, ce n'est pas le football qui crée l'homophobie, et ce n'est pas le football qui crée le racisme et l'extrême droite. Mais le football révèle les rapports sociaux, révèlent les rapports entre les nations. Au moment où on parle, il y a la Copa América et l'Euro. Les rapports entre la France et la Suisse, la France et la Belgique Allemagne, Angleterre, ça révèle tous les stéréotypes ou les visions des nations, toutes les identités locales de façon assez extraordinaire. Moi, ce qui m'intéresse véritablement, c'est cette question d'identité. Comment est-ce que des supporters portent une identité ? qu'est-ce que le football vous dit sur notre société ? Je pense qu'il y a vraiment beaucoup de boîtes

noires, de éléments à expliquer. Si on peut expliquer pourquoi le football est le sport roi, pourquoi le football est le sport qui s'est imposé comme le sport le plus le plus mondialisé ? Si on peut expliquer pourquoi la mondialisation du football permet aussi une localisation du support, quelque part, la globalisation du football oblige les supporters à soutenir leur club local ou leur pays. Je pense qu'il n'y a pas de difficulté, je pense qu'il reste même une boîte noire, une inconnue et sur lequel il faut qu'on travaille sur son identité footballistique et comment elle se construit. Et pourquoi ne peut-on pas changer de club de football ? Pourquoi restent toujours supporters du même club ? Nous n'avons pas de choix. Ça m'intéresse beaucoup d'essayer de comprendre pourquoi est-ce qu'un gamin à sept ans qui décide de soutenir tel club de football ne se rend pas compte que c'est sans doute le seul choix qu'il portera pour toute sa vie. Alors, peut-être ne s'intéresse-t-il plus au football, mais ce qui est certain, c'est qu'il ne va pas choisir le club adverse. Comme il l'a déjà été dit et redit, on peut changer d'opinion politique dans sa vie. On peut changer son rapport à la religion. On peut changer de métier. On peut changer de

nationalité. On peut changer de sexe. On peut changer de philosophie de vie. On peut changer de métier. On peut changer du tout. Mais quand on est supporté, de Santos, de Grêmio. Et en Europe, si on est supporté de Liverpool, on ne va pas un jour se lever en disant : tiens, je vais être supporter d'Everton. Et si je suis supporter de la Juventus en Italie, je vais rester supporter de la Juventus. Je ne vais pas un jour me lever en disant finalement, je suis pour l'AC Milan, ce n'est pas possible. Il y a moyen de ne pas s'intéresser au football, de ne plus s'intéresser au football. Mais on ne change pas de club, même si les dirigeants de son club sont épouvantables, horribles, ne correspond en rien à notre vision du monde, à notre idéologie, à notre façon donc on voudrait que le club soit géré. Donc voilà, il y a là, je trouve, des questions fascinantes sur l'identité et le rapport à l'identité collective et à nos parcours individuels, qui me semble que moi me passionne. Aussi, parce que le football aujourd'hui est un bel outil qui, en tout cas en Europe, nous permet de nous dire Belges, Italiens et Espagnols ce sont les seuls moments où les nations existent ou c'est les seuls moments où les villes existent, ont est de Paris, de Marseille, on

est de Milan, on est de Rome, c'est cette façon dont les identités locales et la globalisation se rencontrent, sont des sujets qui m'intéressent beaucoup. Et je voudrais travailler à l'avenir sur je pense deux types de travailleurs du football dont on ne parle jamais assez c'est les arbitres. Je pense qu'il y a un trou noir dans la littérature sur les arbitres. Qui sont les arbitres ? Quelles sont les typologies d'arbitres ? Comment acheter dans les différents pays ? Les arbitres sont formés, considérés et qu'est qu'explique les arbitres bénévoles parce que sans arbitrage, il y'a pas de sport. Et qu'est ce qui explique que des gens partout dans le monde se lèvent le weekend très tôt pour aller arbitrer pour des sommes souvent dérisoires, des matchs de gamins ? Et puis, quelle est la figure de l'arbitre ? Son autorité et l'évolution de l'arbitrage, l'arrivée de la vidéo, la professionnalisation des arbitres conformes, les arbitres dans les mêmes pays. Est que on attend la même chose des arbitres. Ça, c'est un sujet sur lequel je vais travailler. L'autre sujet sur lequel je vais travailler, ce sont les entraîneurs, je trouve qu'on travaille très, très peu sur les entraîneurs et beaucoup sur les joueurs, sur les hooligans. Je trouve que ce sont les entraîneurs

en tant que pas, les entraîneurs en tant que tel entraîneur qui est la clope par les entraîneurs avaient essayé de donner une typologie des entraîneurs, la formation des entraîneurs, le rôle des entraîneurs, la professionnalisation des entraîneurs et du foot amateur ou du sport amateur jusqu'au au sport professionnel. Le rôle des femmes entraîneurs aussi, et d'autres questions qui me semblent très, très intéressantes.

**Le sociologue présente un regard différencié par rapport à tout sujet impliquant des êtres humains. Selon vous, quelle est la spécificité du regard des sociologues sur le sport ?**

Je pense qu'il est très difficile de répondre à cette question-là. Parce qu'a vrai dire la notion de sociologie du sport et la construction de la discipline est vraiment très frais, très fragile, je pense que la sociologie est une science qui est en crise par la diversité de ses sujets et qu'est qu'unie encore les personnes qui font de la sociologie de vie, la sociologie des prisons, la sociologie du sport et ainsi de suite. Est-ce que ce sont uniquement des méthodes? Les sujets sont tellement différents

et donc je pense qu'il n'y a pas encore réellement. Il est difficile de penser qu'une institutionnalisation est la seule chose qui vous unit. En fait, c'est votre objet d'étude et je vois bien que, justement, la question est excellente parce que justement, ce qui me frappe, moi, c'est que j'ai l'impression que c'est la force et la faiblesse. Mais moi, je ne suis pas sociologue. Moi, je suis politologue, mais si je dis, je fais et je fais de la sociologie politique du sport et du football, et les journalistes que me interview disent : « comment il faut mettre, professeur de sciences politiques ? Les journalistes et les lecteurs ne vont pas comprendre pourquoi on vous interroge, si on met sociologue du sport, c'est nul ». Alors mes collègues sociologues m'envoient des emails en disant qu'ils n'ont pas une thèse en sociologie. C'est comme si on ne pouvait pas faire de la sociologie politique. Et c'est ce qui me frappe beaucoup, c'est que de plus en plus, dans les dans les colloques que j'organise et auquel je participe, je ne sais pas si au Brésil c'est la même chose, ce serait vraiment intéressant de comparer. C'est ce que les colloques, les revues sont de plus en plus pluridisciplinaires alors viennent des historiens, parce que c'est une discipline

constituée et qu'on voit dans les archives. Ils ont des règles. Ils ont donc que les historiens sont but... à ce qu'on peut faire des organise des colloques d'histoire du sport avec des choses fort intéressantes au niveau de l'histoire et le marketing, le business aussi. Et les autres disciplines. Je pense souvent font en tout cas en sciences humaines et sociales. C'est très pluridisciplinaire. C'est des sociologues, de politiste et des anthropologues. C'est une discipline qu'est très pluridisciplinaire, ce qui fait sa force, mais aussi un peu sa faiblesse, parce qu'elle ne favorise pas ni son institutionnalisation, ni, je pense, des débats théoriques. Il n'y a pas une théorie de sociologie et très peu de théoriciens de la sociologie du sport, il y a des théoriciens de la sociologie du travail, il y a des théoriciens évidemment de autres domaines, j'aurai très, très difficile à dire quelles sont les théoriciens internationaux. Il y a des auteurs, bien sûr. On se dit OK, il y a des auteurs pour mon site, mais c'est en tant que sociologue. Il y a là une vision générale. Est-ce que le sport apporte quelque chose à la sociologie ? je n'en suis pas certain, mais je ne pense pas que c'est que les collègues et nous même qui devons-nous mettre en cause, je pense vraiment qu'il y a aussi tout, même la

question de qu'est-ce que la sociologie aujourd'hui ? Comme en science politique, on voit bien que plus la discipline de sciences politiques se spécialise, plus il est difficile de faire dialoguer les personnes. Parce que voilà ce qu'il faut, les gens qui font de la science politique et des relations internationales est-ce qu'ils sont dans le même laboratoire, dans le même département, dans la même faculté ou pas. Ça dépend. Dans certains pays, oui, dans d'autres pays, non. Mais vous avez des personnes qui font administrations publiques. Ils sont dans les mêmes départements avec tous les jeux de pouvoir et chacun essaye de se légitimer. Donc, je pense que les sciences humaines et sociales, quelque part en se développant, en se spécialisant, si éclate et sont difficiles à avoir des théories générales. Je pense qu'on est plus du... Je pense que on n'est plus dans l'époque. Sans doute que le dernier sociologue ou un des derniers sociologues à essayer à une influence générale est Bourdieu. Je ne vois pas en sport quelles seraient les trois 4 écoles comme ça. On pourrait dire voilà l'apport à la sociologie, mais on a travaillé sur le sport comme exemple.

**Récemment, le domaine des sciences sociales a été sollicité pour des améliorations méthodologiques. Comment décririez-vous ce phénomène sur la scène européenne?**

Oui, évidemment, nous sommes tous soumis à des demandes d'amélioration dans nos disciplines, je pense qu'il y a un je pense qu'on a un moment où on doit cesser de répéter ce qu'on le sait. Je pense qu'il y a aussi des sujets qui ont été trop petits, trop étudiés. Je pense aux supportérisme ou l'hooliganisme. Je pense qu'il y a là abondance de littérature et que on a très difficile avec tous ces études de cas à faire une montée en généralité, à faire une théorisation ou même à faire une typologie. Parce que je pense que la grande faiblesse pour moi, mais là, la faiblesse fondamentale, sachant également bien que ce soit au prix dans l'article, parce que c'est dans l'interview ou parce que ça, c'est mon combat, c'est que nous manquons totalement d'analyse comparée. Et moi, je fais comme palliatif politique depuis le début et je pense qu'il faut. Si l'on veut comprendre les phénomènes sociaux, il faut pouvoir les comparer. Alors évidemment, ça prend beaucoup de temps. Il

faut monter les réseaux. Il faut bâtir la même méthodologie pour pouvoir comparer les mêmes choses, selon les mêmes critères, bien entendu, mais je pense que mes collègues français et mes collègues anglais, ce que je peux lire des collègues brésiliens, c'est sur le Brésil, c'est sur la France, c'est sur la Suisse, c'est sûr. Alors la grande, évidemment, c'est toujours très intéressant. Evidemment, c'est des études de cas et c'est parfois des études de cas comparées entre plusieurs équipes du Brésil. Plusieurs équipes de France, etc. Mais l'auteur ou les auteurs pensent alors que les spécificités du cas brésilien, du cas français ou des cas étudiés se situent à tel ou tel endroit, alors que si on compare, on se rend compte que peut-être, les spécificités ne sont pas du tout les mêmes et que ce qui peut être que s'il est les personnes qui travaillaient sur le sport sur le football comparé est beaucoup plus lourd, car il se rendrait compte que l'originalité de leur cas nationale n'est pas du tout à l'endroit où ils le pensent, que ce qu'ils pensaient être spécifiques de leur cas, en fait, ça se vérifie dans tous les grands pays de football et que dès lors, ce qui est spécifiquement allemand, brésilien, italien est peut-être

ailleurs. Et donc, moi, je pense que la prochaine étape pour la sociologie du sport, c'est la comparaison et évidemment les historiens ont toujours été très, très difficiles à comparer. Parce que pour eux, évidemment, c'est l'histoire de France et l'histoire du Brésil. L'histoire de la Belgique, il y en a une dont ils sont moins intéressés à comparer. Mais je pense que pour des politologues, pour des sociologues, c'est extrêmement important de sortir des cadres nationaux et d'aller vers des projets d'analyse. Comparer parce que sinon, voilà, on lit des livres sur l'Italie, on lit des livres sur Portugal et voilà, c'est intéressant. Mais comment ça se passe ailleurs ? C'est à dire que si je reprends l'exemple de mes sujets de recherche sur les identités politiques locales, les supporters, bon, il faut comparer. Maintenant, il faudrait faire des analyses sur 20 30 pays avec la même discipline, la même méthodologie pour réellement comprendre ce qui est commun et qui est différent et les causes du commun et des différences qui produit les différences. Même chose pour un projet sur les entraîneurs ou sur les arbitres. C'est très, très frappant de voir qu'il y a si peu de comparaison à ce niveau-là, donc ça moi, à titre personnel,

je pense que c'est très difficile. Les contactées, ça demande dans quelle langue on va le faire. Les personnes qui font du terrain sur le sport ne parlent pas toujours trois ou quatre langues non plus. Donc voilà, c'est évidemment compliqué. Ça prend beaucoup de temps. Et dans une période où toutes les académies vivent dans le publish or perish, c'est plus rapide d'écrire un article sur l'identité du club de foot local ou sur le football pour handicapés dans la ville. Ici révisait que de se lancer dans un vaste programme de recherche par comparaison, en comptant, bien entendu, et nous sommes tous soumis à cette obligation permanente de publication. L'autre question, c'est évidemment la quantification et la mathématisation des sciences humaines et sociales qui est une tendance venant d'Amérique du Nord qu'est une tendance qui a, de mon point de vue, un arrière-plan idéologique très fort. Je pense que on peut, sans trop de difficultés, montrer le lien entre cette mathématisation et le néolibéralisme. Malheureusement, je pense que partout cela s'impose et y compris dans d'autres domaines. On a de plus en plus d'articles quantitatif avec des régressions avec de corrélation. Donc moi, j'ai mené beaucoup

de recherches qualitatives, les recherches qualitatives basées sur une série de d'entretien, je pense que c'est extrêmement utile et c'est la méthode que je continue à conseiller parce qu'il faut quand même bien se rendre compte que c'est le public que l'on étudie. Que ce soit les supporters, les joueurs, les sportifs, les entraîneurs, les arbitres. Un public pour lequel remplir des questionnaires quantitatifs de sondages n'est pas toujours simple ni évident. Je pense que l'analyse quantitative a l'avantage de pouvoir, avec des entretiens semi directifs ou non, de pouvoir revenir sur les réponses et de pouvoir tenir compte de tables d'éléments qui sont dans le sport de façon très, très forte. Et le soutien à une équipe de football ou le fait d'une pratique sportive a un côté, une dimension psychologique très fort et une dimension émotive très forte. Nous avons pour le moment un héros du football. La fête que les Belges fait parce que les Français étaient éliminés. Bon, je pense que ce n'est pas en faisant des entretiens qualitatifs avec une série des témoins de supporters, des responsables des médias que l'on peut donner le meilleur, le meilleur rendu, il y a certainement aussi des analyses intéressantes et des méthodes intéressantes

d'analyse des réseaux sociaux qui sont évidemment un lieu où s'expriment... C'est une joie de l'équipe de Belgique qui ne joue pas contre la France, d'une équipe de Belgique qui se qualifie contre le Portugal et qui voit l'équipe de France battue contre la Suisse. Mais des gens sont sortis en rue avec les klaxons et le drapeau belge pour fêter l'élimination d'un pays contre lequel on ne jouait pas, ce qui est tout de même très, très paradoxal. Qu'est-ce dit sur les rapports, évidemment, entre les Belges et les Français ? Alors, les réseaux sociaux ont joué un grand rôle. Je pense que les collègues qui analysent que calcula au niveau quantitatif et les choses sur les réseaux sociaux peuvent produire des choses très, très intéressantes. Néanmoins, je m'en méfie un petit peu parce que je pense que les réseaux sociaux sont des bulles, particulièrement twitter et voilà Twitter ne fait pas non plus les élections. Twitter ne fait pas non plus... Il y a des millions de personnes qui ne sont pas sur Twitter et que je pense que Twitter c'est un peu nul et les personnes les plus actives. C'est intéressant de voir les supporters les plus militants, les plus actifs, les plus engagés qui sont sur Twitter, ceux qui crient, qui hurlent, les

journalistes les plus célèbres qui sont sûr twitter. Mais voilà, la fracture numérique est une réalité et je pense que quand on polarise la recherche aux réseaux sociaux, je pense que quelque part, on s'étudie soi-même et on oublie un petit peu que voilà que tout le monde est part en permanence sur les réseaux sociaux. Ou en tout cas, oui, on peut être sur les réseaux sociaux comme Facebook pour mettre les nouvelles de ses enfants, pour avoir des nouvelles de ses amis. Mais tout le monde n'utilise pas les réseaux sociaux pour défendre une cause, mettre des émotions footballistiques, accuser l'entraîneur, l'arbitre. Tout le monde n'utilise pas les réseaux sociaux et n'essaye pas d'avoir le plus d'amis possible. Donc, je pense qu'il y a, voilà, c'est intéressant d'étudier les effets sur les réseaux sociaux, mais je pense qu'il y a aussi quand même des limites non négligeables et donc à mon point de vue est que nous avons fait en Belgique avec un collègue des études quantitatives sur les motivations des arbitres où tout ça a été très quantitatifs. Nous avons pu envoyer un questionnaire à tous les arbitres, y compris à tous les amateurs de Belgique, sur leurs motivations à l'arbitrage. Mais pour moi, la partie la plus

riche, c'est celle des entretiens après, que fait avec eux, avec les arbitres, toutes les questions que l'on peut poser pour les ressentis, toutes les émotions, toutes les hésitations. Et voilà, il me semble que le résultat est beaucoup, beaucoup plus riche que la quantification du nombre de l'âge moyen de l'arbitrage, du temps qu'il passe à arbitrer par semaine. Ces chiffres, pour moi, sont intéressants, sont utiles et pour moi, c'est le début de la recherche. Ça permet d'augmenter la recherche. Pour moi ces analyses quantitatives sont un moyen et pas un fait.

**Pour clore notre entretien, je voudrais dire quels sont les thèmes qui ont été les plus récurrents chez vos pairs en relation avec le Sport et les Sciences sociales?**

Je pense vraiment que les recherches ont été les plus donc si je parle en sciences sociales et humaines, si je laisse tomber le droit, si je laisse tomber l'économie, si je laisse tomber l'histoire, je pense que les recherches les plus récurrentes sont celles qu'ont touché le supportérisme. Comment expliquer cette polarisation sur le supportérisme? En fait, c'est le supportérisme ou l'hooliganisme. Je pense qu'il y a deux

raisons principales qui expliquent cette polarisation sur ce sujet-là. La première, c'est qu'il y a eu un problème social, un problème politique, un problème de politique publique avec hooliganisme et que les pouvoirs publics ont financé des recherches sur comment est-ce qu'on peut résoudre les questions de l'hooliganisme et que dont on a tout une série de recherches dans toute une série de pays ont pu être menées sur l'hooliganisme. Et puis bon, ben voilà, il est difficile de parler d'hooliganisme, sans parler du supportérisme. Il y a une autre raison qui est... c'est souvent sur les livres sur supportérisme, les supporters sont intéressés à avoir des livres sur eux-mêmes. Et cette tendance est renforcée, en tout cas en France et dans quelques autres pays, par le fait que souvent, les auteurs sont eux-mêmes d'anciens hooligans ou d'anciens ultras dans les clubs de supporters qui ont mûri, ont été à l'université et ne peut pas écrire sur eux-mêmes, écrit sur un moment de leur vie et ils ont gardé où ils sont encore en relation, ou ils vont encore ils soutiennent encore leur club, alors ils ont peut-être un peu vieilli, ils ne sont pas tous les déplacements, ils sont mariés, ils ont des enfants, ils sont

professeur à l'université où ils sont déjà chercheur à l'université. Mais enfin, voilà, ils connaissent très, très bien ce milieu. Ils ont des amis, ils savent... ils peuvent évidemment rendre bien compte de ce qu'ils ont vécu eux-mêmes avec cette force là, mais aussi, évidemment, avec cette grande faiblesse que voilà souvent je leur dis que leur recherche, leur thèse c'est une thérapie individuelle. Il y a un côté thérapeutique à travailler sur le sujet et en fait ils travaillent sur eux, le spécialiste, du supporterisme à Marseille qui a été lui-même, quelqu'un qui pendant son adolescence a vécu tout ça et puis des ans après témoigne à la fois c'est intéressant Il y a toutes les limites qui fait que oui, mais c'était il y a dix ans et qui donc peut être que ça a changé ? Oui. Et puis, le support... la difficulté, évidemment, dans les titres du football et du sport. C'est que je ne connais pas des personnes qui travaillent sur la sociologie du foot, qui ne sont pas des passionnés du foot et qui ne sera pas supporter, ce qui est très, très différent des autres sujets. Je pense que c'est une des conclusions que on peut peut-être tirer de cet entretien. C'est évidemment il y a un investissement... toutes les personnes qui travaille sur ces

sujets. Ce n'est pas comme. Voilà où on peut, on peut travailler sur l'extrême droite et on n'est pas d'extrême droite pour autant, on peut travailler sur des tas d'objets en sciences humaines et sociales sans pour autant être partie prenante. Là, en football, on est au moins partie prenante parce qu'on soutient un petit club, un grand club, une nation. Voilà donc nos études sont souvent biaisées par nos prises de position, sont parfois biaisées par cette affiliation partisane qui nous permet de comprendre bien ce que c'est que le supportérisme, l'émotion, le goût de la victoire, la déception, la frustration, là, mais qui voilà, donc nous devons être bien conscients que quelque part, c'est extrêmement présent quand même dans nos analyses et que l'on a parfois difficile à faire la part des choses. C'est certainement vrai sur les études, sur le supportérisme, l'hooliganisme, mais qui est aussi vrai, je pense, pour une série de débats. J'ai beaucoup participé à... j'ai essayé de lancer une série de réflexions sur la réforme du football. Comment est-ce que nous pouvions penser le football de demain ? Comment est-ce que... quelle était l'alternative progressiste au football business ? est-ce qu'un football plus

éthique ? est-ce qu'un football moins inégalitaire ? Est-ce qu'un football régulé ? organisé autrement que par la recherche maximum du profit était possible ? Bon, je vois bien que très peu d'économistes travaillent en tout cas en Europe sur ces questions-là et rapidement. Comme je le disais tout à l'heure. La vision en France et les collègues français n'ont comme modèle que le modèle français du football, les collègues anglais voient la Première League, les collègues l'Espagnol, le Calcio et il n'y a pas de connaissance profonde de la façon dont le football peut aussi s'organiser. Au Portugal, au Danemark, en Suède, en Uruguay, il faut évidemment penser les choses à nouveau de façon comparé. Et on voit bien alors que les intérêts des clubs, voilà que le supporter est toujours difficile à condamner son propre club ou à défendre des mesures qui régulera le football, mais qui irait peut-être contre les intérêts de son championnat ou contre les intérêts de son club. Je pense aussi que c'est un biais absolument fantastique.

\* \* \*

## **O futebol no âmbito mais geral do jogo**

Football in the most General Context of Play

**Pedro Lerner Garcia**

Universidade de São Paulo, São Paulo, Brasil  
Doutorando em Teoria Literária e Literatura Comparada, USP  
pedrolerner@gmail.com

**RESUMO:** A reunião das ideias apresentadas neste artigo busca situar o futebol na perspectiva mais geral do jogo humano, aproximando autores de campos diversos, que vão da filosofia à crítica literária, para entender o que faz do futebol o mais popular entre os esportes globalizados. O jogo como símbolo do mundo e como origem da cultura, os tipos de jogo segundo os diferentes princípios que os regem, o papel do acaso no futebol, as diferentes maneiras de se assistir a uma partida e as semelhanças entre a experiência estética do futebol e a do teatro são alguns dos temas pelos quais este artigo passará.

**PALAVRAS-CHAVE:** Futebol; Jogo; Acaso; Espectador.

**ABSTRACT:** The gathering of ideas presented in this article seeks to place football in the most general perspective of human game, bringing together authors from different fields, ranging from philosophy to literary criticism, to understand what makes football the most popular among globalized sports. Play as a symbol of the world, as the origin of culture, the types of game according to the different principles that govern them, the role of chance in football, the different ways of watching a match and the similarities between aesthetic experiences of football and theater are some of the themes that this article will cover.

**KEYWORDS:** Football; Game; Chance; Viewer.

## JOGO E CULTURA

Johan Huizinga afirma que “a civilização humana não acrescenta característica essencial alguma à ideia geral de jogo”.<sup>1</sup> A própria civilização ou cultura aparece emergindo a partir do princípio do jogo, cuja presença está na origem de elementos arquetípicos da sociedade humana como o mito, o culto e a própria linguagem: comunicar-se é jogar.<sup>2</sup> O jogo é por definição uma atividade voluntária, e esse elemento constitutivo de liberdade basta para afastá-lo definitivamente do âmbito da seleção natural; ele é uma espécie de semente civilizatória que recobre a evolução como um ornamento ou uma roupagem. Em qualquer momento é possível suspender ou adiar o jogo, que nunca é uma necessidade física ou um dever moral, o que leva Huizinga a concluir que o jogo é fundamentalmente livre ou, ainda, é ele próprio liberdade. Ademais não é vida corrente nem vida real, o que o torna *desinteressado*, exterior ao circuito de satisfação imediata de necessidades e desejos da vida comum.

A terceira característica fundamental do jogo, depois da liberdade e do desinteresse, é um isolamento, já que ele é jogado do início ao fim dentro de certos limites de tempo e espaço. O jogo instaura mundos temporários dentro do mundo habitual e estabelece um ritmo feito de alternâncias e repetições, criando em seu domínio uma ordem específica e absoluta. Essa é mais uma característica inegociável do jogo: ele cria e é ordem. A tensão que instaura, por sua vez, lhe confere um valor ético na medida em que coloca à prova não só as qualidades do jogador, tais como força, tenacidade, habilidade e coragem, mas também um sentido de lealdade, uma vez que o jogador, por muito que queira ganhar, deve sempre obedecer às regras do jogo. A desobediência põe fim ao mundo do jogo, trazendo os jogadores de volta ao âmbito da vida real. É por isso que o trapaceiro, aquele que infringe as regras por trás dos panos, é mais facilmente tolerado do que o estraga-prazeres, inimigo do jogo por denunciar o absurdo de sua ficção.

---

<sup>1</sup> HUIZINGA. *Homo ludens*, p. 3.

<sup>2</sup> Como em Freud, que escreve na mesma época, não há distinção entre cultura e civilização em Huizinga.

O jogo não é somente anterior à civilização, mas também superior ou ao menos autônomo em relação a ela.<sup>3</sup> A cultura surge sob a forma do jogo e é, em seus primeiros passos, “jogada”, mas isso não quer dizer que o jogo se transforma em cultura “e sim que em suas fases mais primitivas a cultura possui um caráter lúdico, que ela se processa segundo as formas e no ambiente do jogo”.<sup>4</sup> Com a complexificação das sociedades humanas, no entanto, o elemento lúdico vai recuando aos poucos para o segundo plano, sendo absorvido pela esfera do sagrado ou cristalizando-se em formas de saber como o folclore, a filosofia, o direito ou a política.

O parentesco entre jogo e direito, por exemplo, se evidencia no caráter agônístico do processo judiciário. Quem diz *competição*, afirma Huizinga, diz *jogo*, e o lúdico e o competitivo permanecem presentes em todas as esferas da vida jurídica. A afinidade começa pelo tribunal, que assim como o campo de jogo é um lugar sagrado, separado e afastado do mundo vulgar, passa pelo desejo intenso de ganhar, nutrido por ambas as partes em qualquer processo submetido a um juiz, e chega por fim às batalhas verbais dos advogados, cuja dimensão performática e agonística é evidente. O que Huizinga destaca, no entanto, é que a justiça primitiva não fazia distinção entre as ideias de sorte, mérito e vontade divina. A balança da justiça, metáfora que surge de uma imagem homérica, é a mesma da perpétua oscilação da sorte, e qualquer ideia de triunfo da verdade, da moral ou de um bem que pese mais do que um mal só viria a surgir muito mais tarde:

Zeus segura os divinos decretos do destino e da justiça em uma mesma balança. Os Ases jogam aos dados o destino do mundo. O espírito primitivo não distingue, como manifestações da Vontade Divina, entre o resultado de uma prova de força, ou o de uma luta armada, e a maneira como cai um punhado de pedras ou de pauzinhos. (...) Para o espírito primitivo o fato de ganhar, *enquanto tal*, é prova da posse da verdade e do direito; o resultado de qualquer competição, seja uma prova de força ou um jogo de sorte, é uma decisão sagrada, concedida pelos deuses.<sup>5</sup>

---

<sup>3</sup> HUIZINGA. *Homo ludens*, p. 23.

<sup>4</sup> HUIZINGA. *Homo ludens*, p. 53.

<sup>5</sup> HUIZINGA. *Homo ludens*, p. 92..

## O JOGO DO MUNDO

O argumento da primazia do jogo é colocado de maneira ainda mais radical por Eugen Fink, para quem o jogo desvela um caminho filosófico para a compreensão da existência. Deslocado da periferia da vida para o centro do cosmos, o jogo aparece como a atividade capaz de transcender a finitude humana e oferecer a linguagem mais adequada para abordar o todo do mundo. O *jogo cósmico* de Fink é, em suma, “um símbolo especulativo para ‘interpretar’ o movimento global da realidade do mundo por analogia com o jogo humano”,<sup>6</sup> e seu projeto é investigar a relação de uma coisa intramundana particular, o homem, com a totalidade do mundo. O estudo do jogo tem como objetivo chegar a uma concepção original das diferenças e afinidades entre o homem e o cosmos ou, em outras palavras, a uma nova teoria acerca do lugar do homem no mundo.

Fink acredita que o destino de nossa razão humana é ser atraída e instigada pelo pensamento da totalidade, o que explicaria nosso “sentimento de imensa nostalgia do ilimitado, um sentimento oceânico que nos assola quando lançamos nossos olhares sobre ‘vastos oceanos’ ou contemplamos o ‘céu estrelado’ acima de nós”.<sup>7</sup> Ele resgata um fragmento de Heráclito no qual a ordem do mundo é definida como *um fogo eternamente vivo*, infere daí que homens e deuses seriam os únicos seres determinados por sua relação com esse fogo criador e afirma, em seguida, que o fogo cósmico de Heráclito é, também, o próprio *tempo* do mundo com suas dimensões de passado, presente e futuro.<sup>8</sup> É por isso que a Fink parece tão decisivo que Heráclito escreva, em outro fragmento, que *o tempo do mundo é uma criança que joga*. O mundo reina como jogo, e é através do jogo que deuses e homens travam uma relação aberta com o fogo criador.

---

<sup>6</sup> FINK. *Le jeu comme symbole du monde*, p. 17. No original: “un symbole spéculatif pour ‘interpréter’ le mouvement global de la réalité du monde par analogie avec le jeu humain”. Todas as traduções são de minha autoria.

<sup>7</sup> FINK. *Le jeu comme symbole du monde*, p. 24. No original: “sentiment d’immense nostalgie de l’illimité, un sentiment océanique que nous éprouvons lorsque nous lançons nos regards sur de ‘vastes océans’ ou que nous contemplons le ‘ciel étoilé’ au dessus de nous”.

<sup>8</sup> FINK. *Le jeu comme symbole du monde*, p. 28.

A conclusão de Fink é que o jogo humano é o modo privilegiado pelo qual a existência se deixa atravessar e animar pelo todo. O jogo aparece, ainda, como uma curiosa espécie de liberdade: se o homem, em suas decisões livres, determina sua individualidade e constrói para si uma realidade particular entre as múltiplas possibilidades abertas, se tornando cada vez mais o resultado de suas escolhas, o jogo o liberta temporariamente da historicidade de suas ações e do legado de sua liberdade, proporcionando uma irresponsabilidade que vivemos com prazer. Nessa espécie de abertura ilimitada o homem se perde na ação e pode experimentar o que há de lúdico no fundo da liberdade, o que há de irresponsável na origem de toda responsabilidade. Toca, assim, o que há de mais profundamente ligado ao mundo dentro de si, e uma das belezas da formulação de Fink é que o jogo, através de um tipo peculiar de irrealidade, figura como aquilo que liberta o homem de sua própria liberdade.<sup>9</sup>

O *jogo* aparece como símbolo do *mundo* na medida em que ambos, e só eles, parecem escapar ao esquema da causalidade. O jogo humano, em meio à causalidade geral das coisas intramundanas, é o lugar onde surge um elã da vida se movendo sem razão própria como símbolo do governo do mundo. O mundo é um *jogo sem jogador*, ao mesmo tempo em que *todo jogador é também jogado*. “É porque nós somos abertos ao mundo e porque essa abertura da existência humana ao mundo implica que o homem saiba que o todo que age é sem razão, é por isso que nós somos capazes de jogar”.<sup>10</sup>

## TIPOS DE JOGO

Roger Caillois lembra que a palavra *jogo* designa não somente a duração do ato de jogar, mas também o conjunto dos elementos necessários para a realização do ato. Assim, fala-se em *jogo de cartas* para designar o baralho ou *jogo de xadrez* referindo-se ao tabuleiro e às peças necessárias para disputar uma partida. Nesses casos,

<sup>9</sup> FINK. *Le jeu comme symbole du monde*, p. 229.

<sup>10</sup> FINK. *Le jeu comme symbole du monde*, p. 236. No original: “C’est parce que nous sommes ouverts au monde et que cette ouverture de l’existence humaine au monde implique que l’homme sait que le tout agissant est sans raison, c’est pour cela que nous sommes capables de jouer”.

assim como no futebol e demais esportes coletivos, é necessária a presença de todos os elementos sob pena de o jogo ser inviabilizado ou viciado desde o princípio. Usar-se-á também a palavra *jogo* quando se trate de assuntos que não envolvam disputa, como em *jogo de pratos* ou de lençóis. Essa referência a uma totalidade que se supõe suficiente deixa entrever o sentido de *jogo* como algo delimitado em relação a um ambiente externo, uma espécie de espaço de exceção que supõe regras e dinâmicas próprias. *Jogo* é, ainda, a margem de manobra de determinadas engrenagens, como quando falamos que um carro tem bom jogo, significando que suas rodas giram bastante em torno de seu próprio eixo e dessa forma permitem que o carro faça curvas com facilidade. Jogo é também, portanto, a liberdade que permanece no próprio rigor para que esse alcance sua eficácia.

O outro conceito que o jogo traz à tona de imediato é o de risco. O jogador está sempre na posição de avaliar os recursos disponíveis e, a partir deles, decidir o quanto vale a pena arriscar em nome de seus objetivos. Esse modelo vale desde os jogos de carta, onde o jogador conhece sua mão e pode decidir por sair da rodada ou seguir apostando – no caso de ter um jogo ruim, pode optar por blefar e confiar não na qualidade das suas cartas, mas na sua capacidade de dissimulação –, até os mais complexos esportes de equipe: no futebol, por exemplo, cabe ao time e ao técnico avaliarem atributos como qualidade técnica e velocidade de ambas as equipes para decidirem o quanto estão dispostos a atacar tendo em vista os espaços que um posicionamento ofensivo pode oferecer para contra-ataques. O blefe, por sua vez, aparece em equipes que se encolhem na defesa durante partidas inteiras, afastando a bola com chutões e fingindo-se incapazes de atacar, apenas para em um lance, quando o adversário se julga invulnerável, marcar o gol da vitória em um contra-ataque perfeitamente articulado.

Os jogos regulamentados são divididos por Caillois em duas categorias: jogos de competição (*agôn*), em que a igualdade de oportunidades é criada artificialmente para que os adversários se enfrentem em condições ideais; e jogos de azar (*alea*), nos quais o resultado não depende das decisões do jogador e se trata muito mais de vencer o destino do que um adversário. Enquanto nos jogos de competição, sejam eles de força física, como o atletismo, ou de aptidão mental, como o xadrez, a vitória se dá por mérito e torna supostamente indiscutível a superioridade do vencedor,

nos jogos de azar (como a roleta, os dados ou mesmo o cara ou coroa) o vencedor é simplesmente aquele que foi mais contemplado pela sorte. Aqui não se busca eliminar a injustiça do acaso; celebra-se, ao contrário, sua arbitrariedade. Enquanto o *agôn* afirma a responsabilidade individual, a *alea* celebra a entrega ao destino. Nas quatro categorias de jogo que reconhece, já que além dos já citados há ainda os de imitação (*mimicry*) e os de vertigem (*ilinx*), Caillois vê combinações possíveis, proibidas e fundamentais. A sorte (*alea*) pode combinar-se com a vertigem (*ilinx*) e a competição (*agôn*) pode combinar-se com a simulação (*mimicry*), mas as combinações essenciais e mais frequentes se dariam entre *mimicry* e *ilinx*, de um lado, e de outro entre *agôn* e *alea*, que apresentam em comum a busca de um modelo ideal que garanta aos jogadores as mesmas possibilidades de triunfo e fracasso.

#### COMPETÊNCIA E SORTE

Jogos acentuam as preferências e refletem as crenças das culturas nas quais se situam. Caillois acredita numa solidariedade entre toda e qualquer sociedade e os jogos que nela predominam, de forma que os jogos manifestam e sancionam tendências, gostos e formas de pensar. Que um povo prefira um jogo em detrimento de outros poderia, portanto, servir como dado para delinear seus traços morais e intelectuais. Não seria nem mesmo absurdo, para Caillois, esboçar o diagnóstico de uma civilização a partir dos jogos que nela prosperam. Sociedades e culturas atribuem diferentes valores à competição, à sorte, à mímica e ao transe, e os princípios do jogo (*agôn*, *alea*, *mimicry*, *ilinx*), motores universais da atividade humana, estão sempre presentes organizando o tecido das relações sociais. Caillois postula a ideia de que as sociedades primitivas se organizavam em torno da *mimicry* e do *ilinx*, enquanto a passagem à civilização consistirá na sua substituição, enquanto cerne das relações sociais, pela dupla *agôn-alea*. As pulsões de simulacro e de vertigem, então, serão empurradas para a periferia da vida.

Na Grécia, quando o reinado da máscara (e da *mimicry* e do *ilinx*) já caminha para se tornar o da impostura e da charlatanice, os grandes jogos e o próprio processo político já denotam a primazia do par *agôn-alea* na vida social. A competição aparece na base da vida institucional através de provas e concursos, mas os postos

mais altos ainda são privilégio das castas dominantes ou, em outras palavras, continuam definidos não pelo mérito, mas pelo acaso do nascimento. Por mais que as sociedades modernas tendam, através de suas instituições e competições regulamentadas, a alargar o domínio do mérito em detrimento do da herança, o acaso do nascimento continua a desempenhar um papel fundamental e só existirá uma concorrência efetiva entre pessoas do mesmo estrato, da mesma origem e do mesmo meio. O indivíduo de classe pobre, portanto, normalmente percebe em algum momento que sua sorte está lançada e que a dedicação e o mérito, embora possam mitigar sua condição, jamais serão suficientes para uma mudança radical de vida. Há também, no outro extremo, aqueles que se dão conta de não ter muito a esperar do próprio mérito. Aqui reside, então, a importância das loterias e demais concursos de sorte, espécie de remissão compensatória da *alea* no seio do *agôn*.

Tanto a sorte quanto o mérito, no entanto, contemplam apenas alguns eleitos no que concerne ao direito de ser o primeiro, o melhor ou ao menos destacar-se e alcançar fama e reconhecimento. Caillois aponta então para o que chama de triunfo por delegação, espécie de retorno da *mimicry* em sua única forma capaz de prosperar em um mundo regido pelo *agôn* e pela *alea*. O triunfo por delegação, que consiste em vencer por intermédio de outrem, estaria no cerne do culto às celebridades: “A vedeta e o campeão propõem imagens deslumbrantes dos únicos sucessos grandiosos que podem caber, com a ajuda da sorte, ao mais anônimo e ao mais pobre”.<sup>11</sup>

## O FUTEBOL

Caillois cita o dominó, o gamão e a maioria dos jogos de cartas como exemplos de jogos em que *agôn* e *alea* se combinam. É compreensível que, dentro dos limites dessas categorias, ele situe os esportes de equipe no âmbito dos jogos de competição. A crônica futebolística, no entanto, destaca repetidamente o papel do *acaso* no futebol (ou, no jargão mais típico, o papel da *sorte*, do *azar* ou da *falta de sorte*), influência essa que se mostrará especialmente decisiva mesmo na comparação com outros esportes de equipe complexos como o basquete, o vôlei, o futebol americano

---

<sup>11</sup> CAILLOIS. *Os jogos e os homens*, p. 144.

ou o beisebol. Essa abertura do futebol à contingência se deve às suas próprias regras, que impedem os jogadores de usar as mãos, tornam a pontuação um evento mais raro do que em quase qualquer outro esporte e deixam, mesmo após o advento do árbitro de vídeo (VAR), uma grande gama de situações a serem definidas pela interpretação subjetiva do árbitro.

José Miguel Wisnik associa o surgimento do futebol à relação particular entre campo e cidade que é própria da experiência inglesa. Coloca-o, assim, em oposição a esportes posteriores e marcadamente citadinos que se caracterizam pela alternância serializada da posse da bola, como o vôlei e o basquete, disputados em arenas cobertas, sobre terrenos pavimentados e na maioria das vezes a uma velocidade vertiginosa. Ao discorrer sobre as afinidades do futebol com o mundo agropecuário, que vão desde a exposição às intempéries da natureza até os atemporais “montinhos artilheiros”, passando pelos lamaçais e poças nos quais chafurdam ataques e defesas, Wisnik acaba tecendo um comentário sobre o papel marcante que, no futebol mais do que nos outros esportes, é desempenhado por tudo aquilo que foge ao controle dos jogadores:

Desenvolvendo uma linguagem dos pés, do hemisfério corporal menos especificado e, em princípio, cego para os controles sutis e a precisão objetiva mais acurada, e reduzindo as mãos à intervenção de última instância, possível só ao goleiro, o futebol reverte o hábito corporal e instaura uma espécie de “mundo às avessas” em que a posse de bola é muito mais frágil e transitória do que nos esportes manuais. O que contribui para a amplitude possível da sua gama de acontecimentos: a extensão do campo cheio de surpresas em que a bola, para percorrer a distância entre um gol e outro, tem de fazer uma verdadeira viagem, sujeita a toda sorte de peripécias, idas e vindas, marchas e contramarchas, cheia de alternâncias e lembrando mais os movimentos no meio rural do que os ritmos diretos dos choques no meio urbano.<sup>12</sup>

Wisnik vai mais longe e afirma que, se por um lado a ênfase crescente dos treinadores de futebol na posse de bola tem como objetivo último uma espécie de neutralização do acaso, por outro lado o nivelamento trazido pela evolução física e tática do esporte faz com que o mantra segundo o qual o “jogo será definido no detalhe”, tão repetido por técnicos e jogadores, seja uma espécie de eufemismo para o fato de que, numa situação de equilíbrio absoluto, a vitória e a derrota acabam por

---

<sup>12</sup> WISNIK. *Veneno remédio*, p. 98.

ser definidas mais que tudo pelo acaso. Somando-se ao acaso imponderável do espaço e do tempo, por um lado, e a uma espécie de acaso subjetivo que se manifesta na genialidade do craque, por outro, aparece por fim uma espécie de acaso da interpretação cujo personagem propulsor é o árbitro. Nenhum outro jogo arbitrado, argumenta Wisnik, é tão sujeito à interpretação quanto o futebol, que coloca de forma única o problema insuperável da intenção. Mão na bola ou bola na mão? Maldade, imprudência ou mera falta de sorte? Cartão amarelo ou vermelho? O juiz é “um hermenauta que deve dirimir judiciosamente, em tempo real, a nebulosa questão da intencionalidade (houve ou não houve, não propriamente o fato objetivo, mas a sombra quase religiosa de uma culpa?)”.<sup>13</sup>

No basquete, no vôlei e nos outros esportes, por outro lado, não parece nunca se tratar de saber se houve ou não intenção, e sim de legislar sobre questões objetivas como se a bola caiu dentro ou fora da quadra, tocou ou não na linha ou no bloqueio, o jogador resvalou ou não na rede. Nunca haverá, no basquete, a discussão sobre se a bola entrou ou não na cesta, enquanto no futebol a questão é muitas vezes indecifrável mesmo com a ajuda de dezenas de câmeras posicionadas em diferentes ângulos. No futebol, ao contrário do que já acontecia em todos os outros esportes, ao árbitro não era dada, quando Wisnik escrevia, a possibilidade de rever o lance que suscitara a dúvida. Só existia o tempo presente, e era nele que o árbitro devia agir, ficando assim tantas vezes ao acaso a decisão sobre se veria um puxão de camisa, uma bola na mão ou uma agressão ou se, justo naquele momento, sua visão estaria bloqueada por um atleta que passava entre ele e a jogada num deslocamento imprevisto. Foi Gilberto Gil quem afirmou, em transmissão da Rede Globo, que as infrações no futebol não existem objetivamente, seja na realidade ou na câmera, mas somente na diminuta fração de tempo em que podem ser captadas pelo árbitro durante o jogo. É possível argumentar, nesse sentido, e mantendo-se afastado da discussão sobre se o VAR ajuda ou não a minimizar erros de arbitragem, que o próprio recurso ao árbitro de vídeo corrompe de forma grave uma característica importante do futebol.

---

<sup>13</sup> WISNIK. *Veneno remédio*, p. 107.

## ACASO E DESTINO

Caillois afirma que em ambas as combinações essenciais (*agôn-alea*, *mimicry-ilinx*) parece estar em cena um elemento ativo e fecundo, ligado à vontade e à aplicação, e um outro passivo e pernicioso, ligado a entrega e aceitação. É assim que o *agôn*, desejo de vitória e crença no esforço, carrega a fertilidade da ambição na medida em que o indivíduo confia em seus próprios recursos para vencer e dar prova de sua excelência, enquanto a *alea* surge como uma aceitação prévia e incondicional do destino. Um indício adicional do pertencimento do futebol também à *alea*, nesse sentido, é a frequência de menções ao acaso e a forças incontrolláveis no discurso de perdedores e vencedores, presente em jargões como “quem não faz, leva” ou “a bola não quis entrar”. É quase inexistente, em outros esportes, a menção ao acaso na explicação de vitórias e derrotas.

Nuno Ramos faz um inventário, em ensaio sobre os aspectos trágicos do futebol que chama de *Os suplicantes* e dedica a José Miguel Wisnik, de tudo aquilo que no futebol é decidido pela sorte na forma de detalhes imponderáveis e fugidios. O futebol tende a criar uma confiança excessiva após a vitória e um discurso catastrófico após a derrota quando, na verdade, é na maioria das vezes por tão pouco que se ganha ou se perde:

A ponta dos dedos do goleiro, vinte centímetros de avanço do atacante na hora do lançamento, a visão encoberta do juiz no lance do pênalti ou até mesmo uma reação imprevista de um jogador, como uma cabeçada no peito do adversário, numa final de Copa do Mundo, a doze minutos do fim de uma carreira gloriosa. O apito final estabiliza violentamente aquilo que, no transcorrer do jogo, parece um rio catastrófico de mil possibilidades, a nos arrastar com ele. (...) Nenhum outro esporte coletivo possui tamanha ausência de sintonia entre o que se passa em campo e o resultado. Torcer, experimentar sem reservas um jogo de futebol, é aproximar-se dessa separação entre jogo e placar. Pode-se dizer que todo jogo de futebol que mereça ser lembrado é no limite um jogo injusto, um jogo que o placar não consegue sintetizar nem estabilizar *a posteriori*. Creio que nenhum outro esporte coletivo possui, em sua medula, esta característica.<sup>14</sup>

---

<sup>14</sup> RAMOS. *Ensaio geral*, p. 245.

Subsiste, dentro do jogo, um outro jogo funcionando quase como a contrapelo do placar e da realidade que se consuma. A pergunta *e se*, tão estúpida quanto inevitável, figura então para Nuno Ramos como uma espécie de núcleo profundo e incontrolável do futebol. É como se esse esporte, em sua abertura contínua e constitutiva ao acaso, fosse feito de bifurcações infinitas que o transformam numa espécie de narrativa não tão diferente do teatro, da literatura ou do jogo ideal nietzscheano onde não existem vencedores e vencidos. Isso se deve, segundo Ramos, a duas características básicas: a dificuldade do ponto e o número enorme de possibilidades produzidas pelo jogo.

Essa gama de possibilidades está associada acima de tudo à alternância constante da posse de bola, que, em função da proibição de reter a pelota com as mãos, continua a diferenciar o futebol a despeito do foco atual na posse de bola como estratégia para diminuir o risco inerente ao fluxo das jogadas. A dificuldade de se pontuar, por sua vez, se dá em razão de o campo ser enorme, de jogar-se com os pés e a cabeça, incapazes de reter a bola, e de o goleiro, ao contrário dos demais jogadores, poder usar as mãos. Essa dificuldade acaba criando uma espécie de inércia que promove uma aproximação entre jogo e vida. As regras são extremamente simples se comparadas às dos outros esportes, o tempo do jogo é o mesmo do relógio (ao contrário do basquete e do futebol americano, por exemplo, que interrompem o cronômetro a todo instante) e o campo é grande o suficiente para manter zonas de dispersão. A cal deixa sua marca no corpo dos jogadores, as chuteiras tiram nacos da grama e a chuva, se cai, é a mesma que banha a cidade. “O jogo, um pouco como o mar, está rugindo à nossa frente – uma vez posto em movimento, não deve ser interrompido. Muitos de seus aspectos propriamente trágicos vêm desta literalidade de tempo e espaço, dessa contiguidade com a vida”.<sup>15</sup>

O gol, por sua vez, aparece como um rompimento, já que não é o resultado acumulado das jogadas anteriores mas decorre, na verdade, apenas das circunstâncias que levam imediatamente a ele, circunstâncias essas que sempre dão a impressão retrospectiva de poderem ter sido evitadas. Há sempre um hiato ou um degrau entre o jogo e o gol, e isso está para Ramos na origem do que parece único no futebol:

---

<sup>15</sup> RAMOS. *Ensaio geral*, p. 248.

Se o possível do jogo surge como inesgotável é porque nunca se cumpre verdadeiramente, já que não altera com a frequência necessária a fixidez do placar; isto é tão intenso que quando o gol sai afinal *também ele parece uma circunstância, não uma necessidade*. (...) O jogo carrega uma ferida interna insaciável, que apenas as partidas com enorme disparidade entre os dois times conseguem aquietar, pois toda a promessa das jogadas, das bolas na trave, das chances desperdiçadas, dos pênaltis inexistentes ou não marcados, vem cobrar a sua vez, como uma alma penada à espera de justiça.<sup>16</sup>

Wisnik cita Ramos e escreve que “o apito final, como a morte, sela o sentido do acontecimento, mas sem sossegar necessariamente as virtualidades que o jogo desencadeia, as promessas que ele quase realizou, a multidão de alternativas que ele desenhava”.<sup>17</sup> É por isso que para Ramos, se é típico do empate uma discussão interminável a respeito de quem jogou melhor e portanto merecia vencer, os jogos com vencedores costumam deixar herdeiros do placar, os vitoriosos, e herdeiros das jogadas, os perdedores, órfãos de erros do juiz e chances perdidas para quem o sentido trágico do futebol adquire toda a sua dimensão. A esses parecerá sempre que poderia ter sido diferente, e o resultado se apresentará como obra do acaso e nunca necessidade.

Mas a sobrevivência e a vitória do placar, que permanecerá enquanto o resto terminará esquecido, faz pensar também em uma espécie de *destino*, imperceptível no decorrer da partida, quando o resultado parece ainda depender dos jogadores e da sorte, mas revelado retrospectivamente pelo apito e o resultado final. O trágico emerge de um possível que se anunciou e não se concretizou, e Ramos termina seu ensaio perguntando se o que o futebol teria de mais potente e secreto, e que apareceria com força sobretudo nas derrotas, não seria “o fato de que não pertence inteiramente aos jogadores? O fato de que, como verdadeiros heróis trágicos, algo que nunca controlam, mas de que participam intensamente, se faz através e apesar deles?”.<sup>18</sup>

## FUTEBOL E VIDA

Roberto DaMatta, que chegou a conclusões tão interessantes quanto questionáveis acerca do lugar do futebol no Brasil, é outro a explicitar uma certa tensão entre as ideias de acaso e destino no seio da experiência futebolística. Ele afirma que, enquanto nos

---

<sup>16</sup> RAMOS. *Ensaio geral*, p. 250.

<sup>17</sup> WISNIK. *Veneno remédio*, p. 112.

<sup>18</sup> RAMOS. *Ensaio geral*, p. 252.

Estados Unidos, na Inglaterra e em outros países o esporte parece estar mais ligado ao controle do físico e à coordenação de indivíduos para dar azo a uma coletividade,

[...] no Brasil o esporte é vivido e concebido como *jogo*. É uma atividade que requer táticas, força, determinação física e psicológica, habilidade técnica, mas que *também* depende das forças incontroláveis da sorte e do destino. Realmente, nos comentários após os jogos de *futebol*, no Brasil, existem muitas situações em que se sabe que um dos times não jogou somente contra o tempo e o adversário, mas também contra o *destino*, que deve ser modificado ou corrigido para que a vitória possa lhe sorrir.<sup>19</sup>

DaMatta prossegue afirmando que, se no universo individualista dos países anglo-saxões o futebol pode perfeitamente funcionar como um mecanismo de coletivização, criando a camaradagem e o *fair-play*, no Brasil ele tende a valorizar a improvisação e a individualidade dos jogadores, se convertendo numa fonte de singularização e possibilidade de expressão individual muito mais do que num instrumento em prol da coletividade. A dramatização operada pelo futebol, para o autor, seria uma que opõe o destino impessoal das equipes a uma vontade individual que, no caso brasileiro, busca escapar ao ciclo da derrota e da pobreza. Do embate entre regras universais, as regras do jogo, e vontades individuais, as dos jogadores em confronto, surge uma imagem do jogo como destino e biografia. O fascínio do futebol estaria, então, nas interações complexas (de um time com o outro, entre os jogadores de um mesmo time, das equipes com as regras e com o público) que permitem interpretar o jogo de futebol como uma metáfora da própria vida. Mas se a aproximação entre futebol e vida empreendida por Wisnik e Ramos se referia, acima de tudo, a uma abertura ao acaso que reduz o peso do mérito a ponto de abolir o placar, a comparação de DaMatta parece, por sua vez, muito mais entre as regras do jogo e a estrutura de uma determinada sociedade. No Brasil, para ele,

[...] a popularidade de esportes como o *futebol* jaz na capacidade do esporte de possibilitar uma experiência com estruturas permanentes. Com um permanente que se define por meio de regras universais que ninguém pode modificar. Assim, ao contrário da política, onde após cada derrota (ou ao simples vislumbrar da derrota) os grupos dominantes buscam modificar as regras do jogo, o *futebol*, (esse humilde e aparente instrumento de mistificação das massas), proporciona uma experiência exemplar de legitimidade e acatamento às leis. Aqui as regras não mudam, e isso faz com que todos sejam iguais no campo da disputa. Derrota ou vitória é o

---

<sup>19</sup> DaMATTa e outros, *Universo do futebol*, p. 25.

prêmio a ser efetivamente colhido por quem joga melhor. Trata-se, como se observa, da utilização do *futebol* como um instrumento que permite experimentar a igualdade. Uma forma de igualdade aberta e democrática, pois que inteiramente fundada no *desempenho*.<sup>20</sup>

Nos termos de Caillois, portanto, DaMatta creditaria o sucesso do futebol no Brasil ao ato de instaurar um mundo regido pelo *agôn* numa sociedade que, apesar da roupagem democrática, ainda é em grande medida organizada pela *alea* do nascimento. Embora tenha antes usado termos como *sorte* e *destino* para definir a experiência do futebol, aqui DaMatta é bastante claro ao falar numa competição “inteiramente fundada no desempenho” na qual o prêmio é “efetivamente colhido por quem joga melhor”.

Caillois mostrou, no entanto, como *alea* e *agôn* são complementares e as maneiras pelas quais a *alea*, através da loteria e outros mecanismos de azar, insiste em penetrar no seio do *agôn* como uma espécie de compensação. Nenhum regime lúdico pode ser levado às últimas consequências, sob pena da condenação sem arestas de seus desfavorecidos. O *agôn* precisa da *alea* para prosperar. Já Nuno Ramos e José Miguel Wisnik mostram, ao escrutinar suas regras e as paixões que desperta, que o acaso está no coração do futebol compreendido como sistema e fenômeno cultural. Esporte de alto rendimento, com suas táticas, treinamentos e consagração ao mérito, mas submetido em larga medida aos desígnios da sorte por conta de peculiaridades em seus próprios limites e forma de disputa. O que DaMatta parece deixar escapar é que o futebol se distingue não por erigir um reino do *âgon* numa sociedade regida pela *alea* do nascimento, algo que de toda forma não o diferenciaria decisivamente de outros esportes, mas justamente por permitir, esse sim um traço único, o retorno e a afirmação do acaso no cerne de sua mitologia.

Parece mais plausível afirmar que o enorme sucesso do futebol, tanto no Brasil quanto em toda parte, se deve acima de tudo à maneira particular como ele entrelaça competição e sorte em uma narrativa que guarda afinidades fundamentais com a vida nas sociedades modernas. O mérito é sim recompensado, mas a desigualdade econômica não deixa jamais de entrar em campo e nunca se está à salvo, à revelia de qualquer noção de justiça, de ser beneficiado ou prejudicado pelo acaso que

---

<sup>20</sup> DaMATTA e outros, *Universo do futebol*, p. 39.

tantas vezes faz lembrar um destino: a bola que não entra por centímetros ou que entra após um desvio imprevisto, o pênalti perdido ou ignorado, a trave que parece se interpor inapelavelmente entre o atacante e o gol. Nas palavras de Tostão, nosso cronista mais propenso a observar com poesia o que o futebol reflete e ensina do mundo, um jogo de futebol “não pode ser visto somente como uma disputa esportiva, de força física, habilidade, criatividade e de técnica individual e coletiva; é também um espetáculo lúdico, teatral e de muita emoção. Todos os sentimentos e contradições humanas estão presentes”.<sup>21</sup>

### IDENTIFICAÇÃO E APRECIÇÃO

Torcedor e espectador são figuras que se confundem, mas não se equivalem. O *espectador* acompanha uma partida pelo interesse que nutre pelo esporte, que pode se dar em função de suas dimensões estéticas, políticas ou dramáticas. O *torcedor*, por sua vez, vai ao estádio ou assiste a um jogo pela televisão acima de tudo pela identificação que sente com um determinado clube ou selecionado nacional, o qual espera que vença a despeito das qualidades táticas ou técnicas que venha a apresentar durante o confronto.

É evidente, porém, que o torcedor é também um espectador mais ou menos sensível à ética e às dimensões estéticas do futebol, de forma que as vitórias alcançadas com excelência futebolística, que tomam a forma de goleadas ou de uma evidente superioridade territorial e simbólica sobre o adversário, são especialmente comemoradas e rememoradas. Sendo o torcedor primordialmente uma figura afetiva, no entanto, cuja essência se encontra em uma *identificação* e não em uma *apreciação*, as vitórias mais marcantes e festejadas costumam ser não as incontestáveis, definidas pelo mérito e por uma superioridade evidente, mas as dramáticas e *emocionantes*, conquistadas com gols nos últimos minutos, de virada ou quando pareciam já impossíveis. O torcedor sente as vitórias e derrotas de seu clube como *suas*, de forma que quanto mais improvável ou heroica, maiores serão a catarse e a alegria. As piores derrotas, da mesma forma, não são as acachapantes e indiscutíveis, mas

---

<sup>21</sup> TOSTÃO. *A perfeição não existe*, p. 144.

as que advêm de forma fortuita ou abrupta, causando muitas vezes a sensação de injustiça e de que *poderiam não ter acontecido*.

O espectador, por outro lado, tem sua experiência caracterizada acima de tudo por uma *apreciação*, já que não possui uma identificação profunda e definitiva com nenhum dos lados envolvidos na disputa. Senta-se em frente à televisão, ou mesmo vai ao estádio, para se *deixar comover*, seja pelas glórias, fracassos e redensões de seres humanos; pela habilidade prodigiosa dos maiores craques; pela beleza geométrica das combinações e movimentos; pelo que o jogo oferece em termos de *imprevisibilidade e transformação*; ou pelo fato de que, nas palavras de Jean-Claude Michéa, “o universo do futebol oferece ainda um certo número de oportunidades para uma visão não capitalista da vida”.<sup>22</sup>

Michéa, para quem “o recurso *primeiro* de um futebol espetacular – portanto ofensivo e coletivamente construído – é o prazer de jogar um pelo outro sobre a base de uma filosofia compartilhada”,<sup>23</sup> também enxerga dois personagens distintos entre os amantes do futebol, aos quais chama de *supporters* e *aficionados*. Ainda que se possa aproximar estes últimos do *espectador*, há a diferença de “que um aficionado é, por definição, não somente um apaixonado, mas também um conhecedor”.<sup>24</sup> O *supporter*, por sua vez, interessa ao capitalismo e é equiparável à figura que chamamos de *torcedor*:

A indústria futebolística pode continuar a recrutar os novos *torcedores* que ela necessita para garantir suas *fatias de mercado* – inclusive, portanto, entre os meios intelectuais – enquanto diminuem regularmente, por todos os lados, o número de entusiastas de fato capazes de “ler uma partida” e exercer um olhar crítico sobre a qualidade do jogo oferecido – entusiastas que no entanto constituíam, não faz tanto tempo assim, o essencial de um público popular.<sup>25</sup>

<sup>22</sup> MICHÉA. *Le plus beau but était une passe*, p. 52. No original: “l’univers du football offre encore un certain nombre de prises à une vision non capitaliste de la vie”. Todas as traduções são de minha autoria.

<sup>23</sup> MICHÉA. *Le plus beau but était une passe*, p. 53. No original: “le ressort *premier* d’un football spectaculaire – donc offensif et collectivement construit – c’est le plaisir de jouer l’un pour l’autre sur la base d’une philosophie partagée”.

<sup>24</sup> MICHÉA. *Le plus beau but était une passe*, p. 128. No original: “qu’un aficionado est, par définition, non seulement un passionné, mais également un connaisseur”.

<sup>25</sup> MICHÉA. *Le plus beau but était une passe*, p. 24. No original: L’industrie footballistique peut continuer de recruter les nouveaux *supporters* dont elle a besoin pour accroître ses *parts de marché* – y compris, par conséquent, dans les milieux intellectuels – tout en diminuant régulièrement, par ailleurs, le nombre d’amateurs avertis capables de ‘lire un match’ et d’exercer un regard critique sur la qualité du jeu offert – amateurs que constituaient pourtant, il n’y a pas si longtemps encore, l’essentiel d’un public populaire”.

Conhecedor ou não, de toda forma, o entusiasta a quem chamamos de espectador pode apreciar a excelência tática e estética, a precisão da técnica ou a beleza do estilo, mas assiste às partidas de futebol, acreditamos, sobretudo à espera do instante mágico em que o que parecia decidido se altera e a paisagem do possível parece reconfigurar-se. O futebol nunca é tão arrebatador quanto no momento em que a equipe irremediavelmente dominada começa subitamente a se impor ou, após evitar o gol adversário durante toda uma partida, marca no lance final o tento decisivo que lhe garante a vitória ou o título. Por isso é familiar, aos muitos milhões de torcedores-espectadores que encontram tempo para exercer essa dupla cidadania, a sensação simultânea de *calma* e *fascínio* advinda de assistir a jogos memoráveis em que o time para o qual se torce não está envolvido.

*Torcedor e espectador são funções* distintas e discerníveis, mas que costumam andar juntas na experiência do futebol. O torcedor aprende com o jogo a administrar a dor das derrotas e a glória dos triunfos; o espectador, sempre à espera de *beleza e mudança*, se regozija com as surpresas que o futebol nunca deixa de proporcionar. Ambos experimentam no cotidiano dos torneios algumas dicotomias que são dramatizadas de forma lúdica e engenhosa no futebol: competência e sorte, perseverança e aceitação, entrega e distanciamento, vontade e acaso, vitória e derrota, justiça e caos.

## **TORCER POR UM TIME**

José Miguel Wisnik descreve seu processo de escolha de time, dividido entre as alternativas que lhe ofereciam os diversos clubes da São Paulo de sua infância, como a eleição arbitrária “de um objeto para *ideal-de-eu*, com a conseqüente inclusão forçosa num campo de compartilhamento, no qual passamos a acreditar e ao qual passamos a pertencer como se essa identificação nunca tivesse sido objeto de uma escolha arbitrária”.<sup>26</sup> Que ele, assim como Nuno Ramos, tenha optado pelo Santos de Pelé, o fenômeno futebolístico mais marcante da época e provavelmente da história do futebol de clubes no Brasil, apenas sublinha um certo sentido de aleatoriedade e

---

<sup>26</sup> WISNIK. *Veneno remédio*, p. 34.

de contingência histórica que suas palavras sobre a escolha do clube, apresentada por ele como a primeira decisão grande e definitiva a ser tomada na vida, traçam com precisão:

Para a criança já capturada pelo fascínio do futebol, talvez seja a primeira decisão pressentida como sendo um ato que alterará a sua vida inteira. Um rito de passagem oficiado no recesso de um foro íntimo imenso e quase virgem. (...) Não acho que esteja exagerando: a escolha do time de futebol redobra, por um gesto nosso, a sujeição primeira a um nome, a inclusão na ordem da linguagem e a identificação inconsciente com um objeto de amor. Ou seja, reencena as bases do nosso processo de identificação, dando-lhe um fanático teatro em que se desenvolver e se esquecer. Alimentado e açulado pelas motivações grupais e sociais, não é à toa que passamos a defendê-lo pela vida inteira, às vezes furiosa e desesperadamente.<sup>27</sup>

Podemos escolher por imitação de um modelo, tipicamente o time do pai, ou por contra-identificação, já dentro do espírito do jogo onde a existência do outro *me nega e me afirma ao me negar*. Os conflitos bélicos e as divisões de classe, no entanto, não são tomados ao pé da letra no futebol, onde se trata muito mais de que “o torcedor aceite a condição de que estamos sujeitos a ganhar (assumindo temporariamente uma onipotência imaginária) e a perder (recebendo uma cota de frustração e de real), ambas relativas e devolvidas ao reinício do jogo”.<sup>28</sup> A adesão aos clubes, então, “vai sendo apropriada pelas gerações ao sabor das vitórias e derrotas sazonais, decantando-se em parcelas de torcida com perfil etário sintomático, que registram a memória de épocas vitoriosas em que se deu a identificação infantil com o clube”.<sup>29</sup>

Hans Ulrich Gumbrecht enfatiza que não assiste a esportes com objetivos ética ou intelectualmente edificantes, mas afirma guardar “alguma esperança de que o sentimento de comunhão que me invade quando torço para meus times e pelos heróis que admiro seja algo mais que a mera satisfação de uma fantasia infantil”.<sup>30</sup> Em oposição à ética das torcidas organizadas, cujas *missões torcedoras*<sup>31</sup> envolvem a crença numa capacidade de interferir no desempenho das equipes e dessa forma influenciar o próprio *real dos fatos e dos resultados*, Gumbrecht se define como um torcedor para quem a fruição do esporte se fundamenta numa espécie de aceitação

<sup>27</sup> WISNIK. *Veneno remédio*, p. 34.

<sup>28</sup> WISNIK. *Veneno remédio*, p. 46.

<sup>29</sup> WISNIK. *Veneno remédio*, p. 50.

<sup>30</sup> GUMBRECHT. *Elogio da beleza atlética*, p. 32.

<sup>31</sup> HOLLANDA. *O clube como vontade e representação*, p. 60.

do acaso. Ele fala da dimensão de concentração presente no esporte, tanto da parte dos atletas como dos espectadores, mas afirma que essa concentração parece andar sempre lado a lado com uma curiosa sensação de paz:

Estou em paz com a impressão de que não tenho como controlar e manipular o mundo que me cerca. (...) Estou aberto à próxima experiência, qualquer que ela seja. Os grandes atletas compartilham com os espectadores mais concentrados essa atitude de tranquilidade. Mas no caso dos atletas a serenidade é uma pré-condição para sua capacidade de *fazer* as coisas acontecerem (...). Não estou tentando dizer que as derrotas mais amargas dos meus times me ensinaram a absorver o golpe com a cabeça erguida. Em vez disso, sinto-me atraído para uma abertura em relação ao mundo material que me cerca, para uma abertura que faz meu arbítrio e minhas reivindicações de ação parecerem apenas marginais, vagas, quase aleatórias.<sup>32</sup>

Wisnik não está longe desse trecho de Gumbrecht quando descreve a experiência do torcedor de futebol como a de um *transe*, por um lado, e por outro e a de um *aprendizado* cujas principais lições são as noções de *mudança* e de *possibilidade*:

Em condições normais, a “hipnose” pelo jogo deixa o sujeito entre a realização momentânea de sua paixão, na vitória, e o convite a revisitar a sua neurose a cada derrota mais profunda. O que implica, no mínimo, um movimento pessoal que se movimenta e se desloca, que se vê obrigado a suportar golpes na idealização – se não for emancipador pelo tanto que contém de possível aprendizado sobre a ordem geral das coisas. (...) O desenho do jogo, suas variações narrativas, os instantes de beleza plástica e de inteligência, a própria rotina e o tédio convidam o espectador esclarecido a ir além da hipnose identificatória, a sair do papel restrito do torcedor clubístico ou nacionalista, e a render-se à reversibilidade e à alterância, que consistem no seu recado mais fundo.<sup>33</sup>

## FUTEBOL E REPRESENTAÇÃO

Os eventos esportivos, com bastante frequência ao longo do século XX, apareceram na crítica acadêmica como elemento constitutivo de uma cultura do entretenimento e do espetáculo que teria neles um de seus mais eficazes mecanismos de perpetuação – e não falta, ainda hoje, quem esteja disposto a reduzir os esportes de massa à produção de alienação ou a um suposto “fora sem dentro” da publicidade. Tem sido

---

<sup>32</sup> GUMBRECHT. *Elogio da beleza atlética*, p. 47.

<sup>33</sup> WISNIK. *Veneno remédio*, p. 53.

também comum pensá-los do ponto de vista do *conflito*, ressaltando o comportamento muitas vezes agressivo dos torcedores e investigando as identidades estabelecidas entre clubes, torcidas organizadas e grupos e comportamentos sociais. Um outro tipo de análise sociológica investiga a formação dos esportes modernos em sua relação com as ideias de *regra* e de *sagrado*, buscando traçar as continuidades e descontinuidades entre rituais primitivos e os formatos atuais que, em sua maioria, foram tomando forma desde a Idade Média e ganharam uma cara mais ou menos definitiva na Inglaterra do século XIX.

Wisnik acusa algumas dessas abordagens de passar ao largo do conteúdo do jogo, atendo-se apenas a seus aspectos marginais, e vê o futebol como “um campo de jogo em que se confronta *o vazio da vida*, isto é, a necessidade premente de procurar-lhe sentido”.<sup>34</sup> Ele acredita que o futebol pode ser objeto simultâneo de paixão e desafio intelectual, exigindo para isso uma disposição que “não é muito diferente daquela que é pedida pela arte – que supõe certa dose de aceitação da violência simbólica e da gratuidade”.<sup>35</sup> Já Bernardo Borges Buarque de Hollanda, em seu estudo sobre torcidas organizadas, defende que o olhar depreciativo que a academia costuma dirigir ao torcedor de futebol provém de definições pouco precisas a respeito da função do espectador no teatro. Ele destaca que Brecht, em sua busca por um novo teatro e um novo público teatral na década de 1920, deslocou seu olhar das plateias artísticas para os eventos esportivos que proliferavam na Berlim daquela época, nos quais admirava a sintonia entre o “palco” e o comportamento da plateia, “a aliar entusiasmo e razão, paixão e lucidez, sensibilidade e raciocínio pelo esporte através de um conhecimento objetivo pormenorizado das regras do jogo, em contraste com o alheamento e indiferença dos espectadores de teatro”.<sup>36</sup>

Jacques Rancière, por sua vez, acusa uma certa tradição crítica de ver o espectador teatral como um mal. O que ele chama de paradoxo do espectador opõe, de um lado, a evidente constatação de que não há teatro sem espectador e, de outro, uma concepção do espectador como marcado por uma dupla incapacidade: de conhecer, já que ignora o processo de produção do que assiste e a aparência encobriria

<sup>34</sup> WISNIK. *Veneno remédio*, p. 45.

<sup>35</sup> WISNIK. *Veneno remédio*, p. 46.

<sup>36</sup> HOLLANDA. *O clube como vontade e representação*, p. 81.

a realidade do espetáculo; e de agir, já que sua condição o obriga a ficar imóvel frente ao desenrolar da performance. Conhecer e agir, em suma, aparecem como ações opostas à passividade do olhar. O teatro, então, seria ou uma coisa má, um palco de ilusão e passividade como quis Platão, ou então seria necessário inventar um teatro sem espectadores, onde aquele que assiste fosse sobretudo o aprendiz de alguma coisa. No lugar do voyeur passivo se faria necessário um participante ativo – seria preciso arrancar o espectador de sua passividade e fazê-lo participar do espetáculo. Não parece despropositado, embora Brecht visse o torcedor esportivo como modelo de participação, enxergar continuidade entre essa concepção do espectador teatral como um ser passivo e a tradição sociológica que vê no espectador esportivo o protótipo do homem alienado da sociedade do espetáculo.

Para Rancière, que certamente não vê no público esportivo as virtudes e a saída possível que Brecht via na década de 1920, Brecht e Artaud representariam duas correntes reformadoras do teatro segundo as quais o espectador deveria ganhar a distância de um detetive que chega a conclusões, no caso de Brecht, ou perder toda a distância e ser tragado para dentro do espetáculo, como quis Artaud. Ambas as lógicas apresentam em comum, segundo Rancière, uma tendência do teatro a suprimir-se a si mesmo para se realizar. Indagação distante e participação vital, para o autor, traçam caminhos opostos, mas que responderiam, ambos, a uma tentativa de reforma do teatro apoiada em equivalências e oposições que precisam ser revistas. Os reformadores do teatro se assemelham, para Rancière, aos pedagogos que veem na educação a tarefa de suprimir a distância entre o saber do mestre e a ignorância do ignorante, sem perceber que a tentativa de redução do abismo só é capaz, no fundo, de recriá-lo a cada passo.

A essa pedagogia, que chama de embrutecedora, Rancière opõe a prática da emancipação intelectual, que assume a igualdade das inteligências como pressuposto. O *mestre ignorante*, curioso personagem que aparece em oposição à lógica embrutecedora, figura como aquele que abriu mão do saber relativo à ignorância e, dessa forma, é capaz de dissociar o ensino que pratica do saber que possui – o que ele ignora é, justamente, a desigualdade das inteligências. Por isso a relação entre aluno e professor pede sempre um terceiro elemento, normalmente o livro, que seja estranho a ambos. A ele o mestre ignorante e o aprendiz emancipado podem sempre

recorrer de forma a comparar signos, imagens e significados. No caso do teatro esse papel mediador é desempenhado pela própria performance teatral, que não é a transmissão do saber do artista para o espectador, mas antes essa terceira coisa de que nenhum dos dois é proprietário e que, sem sentido prévio, se dá para além de qualquer relação possível de causa e efeito. O espectador participa da performance refazendo-a sempre à sua maneira, imprimindo nela os seus próprios significados através de aberturas, recusas e associações:

É neste poder de associar e de dissociar que reside a emancipação do espectador, ou seja, a emancipação de cada um de nós enquanto espectador. Ser espectador não é a condição passiva que devêssemos transformar em actividade. É a nossa situação normal. Aprendemos e ensinamos, agimos e conhecemos também enquanto espectadores que ligam constantemente o que vêem com aquilo que já viram e disseram, fizeram e sonharam.<sup>37</sup>

O que se proporá aqui, à guisa de conclusão, é que os eventos esportivos, e em especial os futebolísticos por sua abertura constitutiva ao acaso, são exemplos populares dessas narrativas que se dão aos espectadores para as mais diversas apreciações e apropriações. O futebol, assim como o teatro e o cinema, enreda atores e espectadores em uma dramatização que relativiza, desestabiliza e deixa ver algo do mundo. O “e se” de Nuno Ramos, com suas bifurcações e virtualidades, no fim das contas é o mesmo das ficções que acompanhamos em livros, cinemas e salas de teatro. A diferença, se houver, não residirá em uma suposta qualidade estética que estaria presente nas artes e ausente do futebol, mas no fato de o futebol, que diferentemente do teatro ou do cinema não remete em última instância à mente supostamente controladora de um diretor, não estar nem mesmo sob a suspeita de antecipar seus efeitos em função de um cálculo de recepção.

O jogo de futebol é um terceiro elemento, tal qual a obra de arte, a peça de teatro ou o livro que liga o mestre ignorante ao aluno. Mas um terceiro elemento que media a relação de centenas de milhões de seres humanos com o próprio jogo do mundo.

\* \* \*

---

<sup>37</sup> RANCIÈRE. *O espectador emancipado*, p. 28.

## REFERÊNCIAS

CAILLOIS, Roger. **Os jogos e os homens: a máscara e a vertigem**. Lisboa: Cotovia, 1990.

DaMATTA, Roberto e outros. **Universo do futebol: esporte e sociedade brasileira**. Rio de Janeiro: Pinakotheke, 1982.

FINK, Eugen. **Le jeu comme symbole du monde**. Paris: Les Éditions de Minuit, 1966.

GUMBRECHT, Hans Ulrich. **Elogio da beleza atlética**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

HOLLANDA, Bernardo Borges Buarque de. **O clube como vontade e representação: o jornalismo esportivo e a formação das torcidas organizadas de futebol no Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro: 7Letras, 2009.

HUIZINGA, Johan. **Homo ludens: o jogo como elemento da cultura**. São Paulo: Perspectiva, 2010.

MICHÉA, Jean-Claude. **Le plus beau but était une passe: écrits sur le football**. Climats, 2018.

RAMOS, Nuno. **Ensaio geral: projetos, roteiros, ensaios, memória**. São Paulo: Globo, 2007.

RANCIÈRE, Jacques. **O espectador emancipado**. Lisboa: Orfeu Negro, 2010

TOSTÃO. **A perfeição não existe: crônicas de futebol**. São Paulo: Três Estrelas, 2012.

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

\* \* \*

Recebido para publicação em: 15 fev. 2021.

Aprovado em: 25 ago. 2021.

***A bola, as ruas alinhadas e uma poeira infernal:  
os primeiros anos do futebol em Belo Horizonte,  
de Raphael Rajão***

*A bola, as ruas alinhadas e uma poeira infernal: os primeiros anos do  
futebol em Belo Horizonte*, by Raphael Rajão

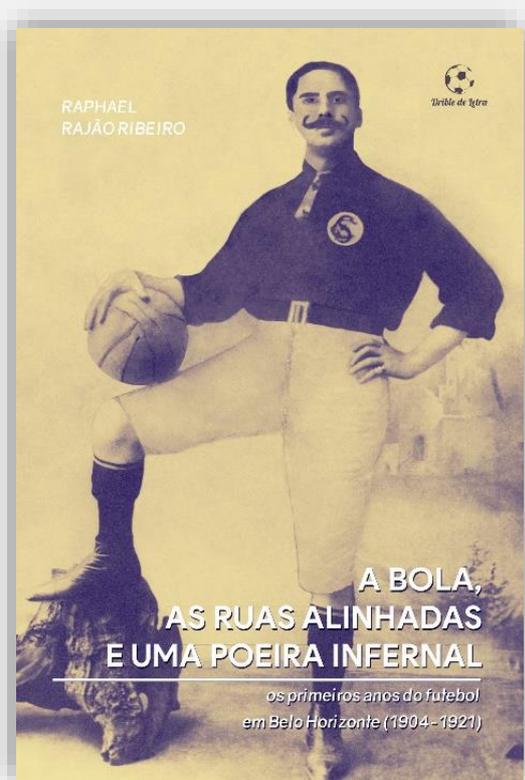
**Vinicius Garzon Tonet**

Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte/MG, Brasil  
Doutorando em História, UFMG  
vgtonet@gmail.com

Raphael Rajão Ribeiro resgata um valor na escrita da História muitas vezes ignorado pelos pesquisadores. Linha após linha, percebemos que os nossos olhos estão sendo guiados pelo seu amor por Belo Horizonte. Amor que se revela delicadeza no trato das fontes e esmero com aquilo que é escrito. É como se Rajão fosse uma espécie de historiador humanista investigando o passado de sua comuna e que se orgulha por cumprir o dever de servir a sua cidade amada. E isso já seria motivo suficiente para encarar as páginas de *A bola, as ruas alinhadas e uma poeira infernal: os primeiros anos do futebol em Belo Horizonte (1904-1921)*, pois como diz a frase atribuída a León Tolstoi, “Canta a tua aldeia e serás universal”. Além de ser um robusto trabalho de história urbana, como ressaltado pela professora Maria Eliza Linhares Borges na apresentação do livro, é, ainda, uma rica contribuição para a história dos primórdios do futebol no Brasil.

O livro, publicado em 2018, pela Drible de Letra, é fruto de pesquisa de mestrado desenvolvida no Programa de Pós-Graduação em História, da Universidade Federal de Minas Gerais. Os textos que apresentam a história ao leitor são de Bernardo Buarque de Hollanda, que escreve na primeira orelha, Marcelino Rodrigues da Silva, que assina o prefácio e a já citada Maria Elisa Borges, que também foi a orientadora no projeto, responsável pela apresentação e quarta capa. Por sua vez, a capa do livro estampa a fotografia de um dos atores da história que nos conta Rajão, José Gonçalves, alinhadíssimo com seu uniforme do Sport Club, primeira agremiação futebolística de Belo Horizonte.

Seguindo a linha historiográfica de José Moraes dos Santos Neto, em *Visão do jogo: primórdios do futebol no Brasil* (2002), e de Leonardo Pereira, em seu clássico



*Footballmania: uma história social do futebol no Rio de Janeiro – 1902-1938* (2000), Raphael Rajão analisa os caminhos e os descaminhos tanto da prática do futebol quanto do discurso relacionado a ela em Belo Horizonte. Para isso, promove uma imersão no cotidiano dos primeiros anos da capital de Minas Gerais, trazendo à luz os atores, individuais e coletivos, que fizeram a bola rolar nos antigos estádios, nos lotes vagos, nas praças, ruas e calçadas de Beagá. A partir da observação dessa dinâmica de interação entre os sujeitos históricos, o esporte e a cidade, nasce o

título do livro, que, como salientou Marcelino Rodrigues da Silva,

parece querer sintetizar as contradições que marcaram a introdução e a consolidação do futebol na recém-fundada capital mineira. As ruas alinhadas apontam para as ideologias da civilização e do progresso que inspiraram os planos da nova cidade, com seu traçado urbano regular e racionalista e sua cenografia moderna e republicana. A poeira infernal, por sua vez, remete ao estado de inacabamento em que se encontrava a cidade em seus primeiros anos [...] denunciando as falhas do projeto de modernização que ela representava. Metaforicamente, a poeira remete também ao provincianismo da população.<sup>1</sup>

Nessa empreitada, Rajão é cirúrgico ao demarcar as especificidades na formação do *campo esportivo* na cidade. Ao mesmo tempo, não abre mão de sublinhar uma série de semelhanças quando diferentes processos históricos são comparados.

Para construir o livro, que é dividido em três capítulos (“O futebol em Belo Horizonte e a constituição do *campo esportivo*”, “O futebol belo-horizontino no

<sup>1</sup> SILVA. Prefácio. *A bola, as ruas alinhadas e uma poeira infernal*, p. 15-6.

circuito da informação” e “As vivências na cidade e o futebol”), Rajão mobiliza, com elegância, fontes variadas. Jornais, revistas, fotografias, mapas, plantas arquitetônicas, decretos, leis, memórias e fontes policiais compõem o *corpus* documental da pesquisa. Registre-se que, para cada tipo de vestígio, o autor apresenta uma justificativa metodológica para o seu uso, assim como avalia o peso de cada uma para a composição de sua narrativa, sendo os periódicos a sua “principal referência empírica”.<sup>2</sup> Justamente por dominar a matéria-prima de seu trabalho, é que reconhece os inúmeros vazios que ainda permeiam o seu texto final. Para tentar suprir essas lacunas, Raphael Rajão procura trabalhar sob a perspectiva da análise seriada de documentação.

Todas as explicações sobre como se deu a relação com as suas fontes estão na “Introdução” do livro, juntamente com uma breve discussão bibliográfica sobre a historiografia do futebol no Brasil. Nesta revisão, Rajão posiciona-se no sentido de aprofundar a “compreensão das diferentes realidades nacionais”.<sup>3</sup> Por isso, Raphael Rajão, ao estudar o contexto de Belo Horizonte, levanta questões para tentar entender se o “desenvolvimento” do futebol “ocorreu da mesma forma em todas as cidades e regiões” e se “as narrativas consagradas”, como a de Mário Filho, em *O negro no futebol brasileiro* (1947/1964), “são capazes de englobar um contexto que foi nacional”.<sup>4</sup>

É também na etapa introdutória da obra que o autor explicita que entende o futebol, para os fins analíticos desejados, nos moldes das definições de Norbert Elias e Eric Dunning, em *Quest for Excitement Sport and Leisure in the Civilizing Process* (1986). Esses pensadores veem o surgimento do esporte moderno como parte integrante do processo civilizador, em que o autocontrole da violência, uniformização de regras antes dispersas e pouco reproduzíveis fora de situações particulares, assim como a racionalidade seriam as marcas das atividades esportivas. Essa opção de leitura dos fenômenos acaba enriquecendo as análises sobre Belo Horizonte, uma vez que, como já ressaltado, é uma cidade que nasce sob o signo da modernidade.

---

<sup>2</sup> RIBEIRO. *A bola, as ruas alinhadas e uma poeira infernal*, p. 31.

<sup>3</sup> RIBEIRO. *A bola, as ruas alinhadas e uma poeira infernal*, p. 27.

<sup>4</sup> RIBEIRO. *A bola, as ruas alinhadas e uma poeira infernal*, p. 22.

Outra referência teórica central para Rajão é Pierre Bourdieu. Desenvolvido pelo pensador francês, o conceito de *campo* fornecerá as lentes principais para que Raphael Rajão investigue o passado do futebol. O autor assimila da seguinte maneira o léxico do sociólogo:

Em linhas gerais, [*campo*] pode ser definido como setor específico do universo social, historicamente produzido, espaço de relações objetivas e produção de *capital social*, o qual envolve lógica própria de organização interna e de distribuição de prestígio entre seus integrantes, cujas delimitações de fronteiras e de critérios de atribuição de *capital simbólico* são objetos de constantes disputas.<sup>5</sup>

Dessa forma, Rajão sente-se à vontade para propor a sua hipótese central, a saber, que o futebol foi o principal responsável pela formação de um *campo esportivo* em Belo Horizonte. Esse *campo* possuía suas particularidades dentro do universo social, promovendo instituições, pessoas, modos de socialização próprios a ele. Apesar de ser o foco principal do primeiro capítulo, como veremos agora, ela vai se desdobrando ao longo do livro.

Em “O futebol em Belo Horizonte e a constituição do *campo* esportivo”, capítulo inicial, como vimos, Rajão evidencia como a Comissão Construtora da Nova Capital previu no traçado urbano da então Cidade de Minas dois espaços destinados à prática esportiva: o hipódromo e o velódromo. Contudo, às práticas relacionadas a esses espaços não tiveram a continuidade desejada pelos fundadores tanto do Velo Club quanto do Derby Mineiro. Apesar disso, diz Raphael Rajão, essas duas experiências contribuíram para efetivar espaços esportivos e mostrar àquela população provinciana que existia a possibilidade de atividades ao ar livre. Os pioneiros do futebol souberam aproveitar as virtudes das atividades precedentes para introduzir o jogo na capital. Conta Rajão que o responsável por essa introdução foi Victor Serpa, uma figura análoga a Charles Miller e Oscar Cox, acadêmico de Direito que havia estudado na Suíça e lá conhecido o futebol. Serpa criou, em 1904, o Sport Club e grupos da elite belo-horizontina entusiasmaram-se pelo jogo. O que se viu no biênio 1904-1905 foi uma verdadeira “*mania de football*”,<sup>6</sup> dentro do círculo da elite da cidade, com bom público indo ao Parque Municipal assistir aos

---

<sup>5</sup> RIBEIRO. *A bola, as ruas alinhadas e uma poeira infernal*, p. 30.

<sup>6</sup> RIBEIRO. *A bola, as ruas alinhadas e uma poeira infernal*, p. 53.

jogos, com diversas equipes sendo fundadas, criação de vocabulário específico na imprensa e, desde o primeiro ano, a articulação de um campeonato. Rajão localiza aí, com o advento do futebol, o início da formação do *campo esportivo* que iria se consolidar anos mais tarde, precisamente na segunda metade da década de 1910.

Contudo, até o *campo* se consolidar, o futebol passou por momentos difíceis. O mais dramático corresponde aos anos de 1906 e 1907, logo após o falecimento de Serpa, em 1905. Apesar da euforia inicial, os clubes não conseguiram manter suas atividades, os sócios pareciam não ter tanto comprometimento com as instituições e todas as agremiações pioneiras fecharam as suas portas. Em 1908, porém, há uma revitalização nesse cenário em que “as iniciativas passadas, ainda que, a princípio, sem continuidade, constituíam lembrança que informava as tentativas posteriores de consolidação dos desportos”.<sup>7</sup> Sobre a retomada, Rajão escreve:

Ao longo dos cinco anos posteriores ao retorno do futebol a Belo Horizonte, uma considerável intensificação das atividades das agremiações pôde ser percebida, inclusive, com o desenvolvimento de importantes elementos para a consolidação desse gênero de divertimento, como, por exemplo, espaços esportivos, público assistente e comprometido grupo de praticantes.<sup>8</sup>

Ao longo da década de 1910, portanto, percebe-se o alargamento social dos grupos de praticantes, com a fundação, por exemplo, do Yale, time de operários, do America Football Club, time de garotos impedidos de entrar em outras equipes por conta da “pouca idade”<sup>9</sup> ou Sport Club Lusitânia, ligado à colônia portuguesa. Jornais especializados também surgem nesse cenário. Há, segundo o pesquisador, uma “diversificação do repertório da imprensa”<sup>10</sup> agora mais atenta ao jogo. O futebol passa a ser praticado em instituições de ensino com professores e alunos figurando nos quadros das equipes. Rivalidades e relações de simpatia tornam-se mais presentes, espaços se multiplicam, a paixão do torcedor aparece no horizonte, assim como atos violentos, geralmente associados “às partidas das equipes pequenas e de origem social mais popular”.<sup>11</sup> Toda essa dinâmica da elaboração de paixões

---

<sup>7</sup> RIBEIRO. *A bola, as ruas alinhadas e uma poeira infernal*, p. 65.

<sup>8</sup> RIBEIRO. *A bola, as ruas alinhadas e uma poeira infernal*, p. 76.

<sup>9</sup> RIBEIRO. *A bola, as ruas alinhadas e uma poeira infernal*, p. 72.

<sup>10</sup> RIBEIRO. *A bola, as ruas alinhadas e uma poeira infernal*, p. 78.

<sup>11</sup> RIBEIRO. *A bola, as ruas alinhadas e uma poeira infernal*, p. 111.

clubísticas e vínculos identitários que extrapolam os laços entre futebol e sociabilidade de elite será trabalhado no terceiro capítulo.

É durante a década de 1910, mais precisamente em 1917, que também há a interferência da Confederação Brasileira de Desportos em Minas Gerais com a criação da Liga Mineira de Desportos Terrestres (LMDT) para sanar a inoperância, devido a atritos internos, da antiga Liga Mineira de Sports Athleticos (LMSA), assunto que também é trabalhado com mais fôlego no segundo capítulo do livro quando o historiador irá analisar o “desenvolvimento e limites da integração institucional regional e nacional”.<sup>12</sup> Dessa forma, no alvorecer da década de 1920 já é possível perceber a consistência do *campo esportivo* delineado por Rajão.

No capítulo seguinte, “O futebol belo-horizontino no circuito da informação”, Raphael Rajão faz-nos ver como os agentes implicados na consolidação do *campo esportivo* na capital mineira “não se percebiam como isolados de um processo mais amplo”<sup>13</sup> de “esportificação”.<sup>14</sup> Apesar de o mundo predominante agrário no qual a cidade enraizava-se contrastar com o desejo de modernidade cultivado pelas suas elites, as “recém-criadas tecnologias”, como o telégrafo, “possibilitavam que as informações circulassem de modo cada vez mais rápido e em maior quantidade”.<sup>15</sup> Era difícil ser moderno, mas neste contexto em que vontades e o estado das coisas friccionavam-se, a imprensa tornava-se um vetor do cosmopolitismo e o futebol considerado um aliado importante para a superação dos atrasos da capital. Notícias sobre o futebol em outras partes do globo, bem como sobre demais regiões do estado e do Brasil passam a fazer parte da rotina da imprensa local e a criar, como consequência, um processo de integração “entre os principais centros urbanos nacionais”.<sup>16</sup> Nesse sentido, Rajão corrobora as análises de Gilmar Mascarenhas, entendendo que a difusão informacional do futebol no Brasil deu-se em um “modelo de *arquipélago*”<sup>17</sup> em que “o processo de expansão do futebol ocorreu, no caso brasileiro, de forma isolada entre os principais centros urbanos nacionais”.<sup>18</sup> Eram

---

<sup>12</sup> RIBEIRO. *A bola, as ruas alinhadas e uma poeira infernal*, p. 150.

<sup>13</sup> RIBEIRO. *A bola, as ruas alinhadas e uma poeira infernal*, p. 123.

<sup>14</sup> RIBEIRO. *A bola, as ruas alinhadas e uma poeira infernal*, p. 118.

<sup>15</sup> RIBEIRO. *A bola, as ruas alinhadas e uma poeira infernal*, p. 128.

<sup>16</sup> RIBEIRO. *A bola, as ruas alinhadas e uma poeira infernal*, p. 122.

<sup>17</sup> RIBEIRO. *A bola, as ruas alinhadas e uma poeira infernal*, p. 122.

<sup>18</sup> RIBEIRO. *A bola, as ruas alinhadas e uma poeira infernal*, p. 122.

várias ilhas em interação, mas com processos próprios de desenvolvimento. No caso de Belo Horizonte, além da informação, circulavam equipes de outras cidades e estados, pessoas, como Olavo Bilac, “reconhecido difusor do pensamento nacionalista aplicado às práticas atléticas”,<sup>19</sup> ideias, como “a teoria eugênica” e sua “valorização do esporte como mecanismo de desenvolvimento da raça”<sup>20</sup> e mercadorias esportivas, tudo isso favorecendo a delimitação e o avivamento do *campo esportivo* na cidade.

Deste modo, o futebol foi, paulatinamente, legitimando-se como prática social ligada aos divertimentos percebidos como modernos, assim como o cinema. Raphael Rajão articula muito bem como os universos imbricavam-se. A partir dessa visada, o historiador consegue ver que se o Torneio Sul-Americano de 1919 não chamou muito a atenção dos mineiros quando noticiado pelas páginas dos jornais, como na *Capital do República*, por exemplo, a sua exibição nas telas atraiu bom público em Belo Horizonte. Além disso, Rajão traça diferenças importantes no que diz respeito aos significados atribuídos àquela competição:

Ao que parece, não havia entusiastas do que era entendido naquele momento, como o selecionado brasileiro. Mesmo que evocada nos anúncios dos cinemas, a construção da identidade nacional vinculada ao esporte dava mostras de ainda estar longe de atingir a capital mineira, que pouco se integrava ao centro decisório do país, apesar de atenta ao que acontecia nele.<sup>21</sup>

Ao colocar a discussão sobre os “projetos de construção da identidade nacional”<sup>22</sup> Rajão conclui que “os grandes centros nacionais não eram vistos como parte do mesmo movimento atlético. A percepção de uma unidade ainda se restringia a Belo Horizonte – para fora dali, o que se via eram outras realidades”.<sup>23</sup> Contudo, não fica muito claro qual unidade seria essa, dando a entender que se trataria da unidade do sentimento nacional, o que por sua vez entraria em contradição com palavras que vem na sequência:

---

<sup>19</sup> RIBEIRO. *A bola, as ruas alinhadas e uma poeira infernal*, p. 154.

<sup>20</sup> RIBEIRO. *A bola, as ruas alinhadas e uma poeira infernal*, p. 155.

<sup>21</sup> RIBEIRO. *A bola, as ruas alinhadas e uma poeira infernal*, p. 161.

<sup>22</sup> RIBEIRO. *A bola, as ruas alinhadas e uma poeira infernal*, p. 164.

<sup>23</sup> RIBEIRO. *A bola, as ruas alinhadas e uma poeira infernal*, p. 164.

perceber tais conexões não significa reduzir as escolhas tomadas pelos futebolistas belo-horizontinos a condicionantes externos; pelo contrário, representa ter em conta que as singularidades apresentadas pelo caso da capital mineira foram construídas com a consciência do que se passava em outras partes do Brasil e do mundo.<sup>24</sup>

Aquilo que Rajão aponta como “outras realidades”, dado o ritmo do texto e a própria ideia construída de ilhas em interação – “tais conexões” –, não parece ser tão “outra” assim, tendo em vista a própria dinâmica relacional entre os núcleos de desenvolvimento do esporte. Além disso, poderíamos levantar o questionamento: mesmo com a ausência de entusiasmo, em Belo Horizonte, com os valores nacionais atribuídos à seleção brasileira, não compartilhariam os agentes da construção do *campo esportivo* na cidade, a partir da lógica do cosmopolitismo, tão bem elucidada pelo pesquisador, uma inclinação por participar de uma comunidade nacional imaginada pelas elites brasileiras? Ou seja, não estariam os belo-horizontinos partilhando uma ideia de nação calcada em elementos de modernização e civilidade cultivada pelas elites?

O terceiro e último capítulo, cujo título é “As vivências na cidade e o futebol”, elucidada como o futebol fomentou transformações no que tange à ocupação dos espaços públicos e à criação de novas formas de sociabilidade em Belo Horizonte. Como já foi dito, o plano da nova capital comportava o desejo de infundir na população um apreço pelos divertimentos ao ar livre com seus parques e praças, além dos já citados hipódromo e velódromo. Contudo, Rajão evidencia que “a maioria dos habitantes da capital mineira deva demonstrações de não compartilhar das mesmas intencionalidades daqueles que definiram o traçado inicial”.<sup>25</sup> Nos primeiros anos da vida de Belo Horizonte, apenas “alguns concertos das bandas locais” e “festividades carnavalescas”<sup>26</sup> retiravam a população, tão afeita aos espaços privados, de seus lares, uma vez que o circuito do lazer (peças teatrais, saraus, apresentações de circo)<sup>27</sup> acontecia “nas próprias casas dos habitantes”.<sup>28</sup>

---

<sup>24</sup> RIBEIRO. *A bola, as ruas alinhadas e uma poeira infernal*, p. 164-5.

<sup>25</sup> RIBEIRO. *A bola, as ruas alinhadas e uma poeira infernal*, p. 170.

<sup>26</sup> RIBEIRO. *A bola, as ruas alinhadas e uma poeira infernal*, p. 171.

<sup>27</sup> RIBEIRO. *A bola, as ruas alinhadas e uma poeira infernal*, p. 171.

<sup>28</sup> RIBEIRO. *A bola, as ruas alinhadas e uma poeira infernal*, p. 171.

Frente a esta “recusa do convívio público”,<sup>29</sup> Raphael Rajão observa uma demanda nos discursos da imprensa que cobrava uma maior vitalidade de atividades ao ar livre. Neste ponto, as agremiações e clubes passam a ter maior visibilidade nas páginas dos jornais por serem vistos como propagadores de novas formas de sociabilidade na vida cotidiana. Destacava-se “a importância da atividade atlética”,<sup>30</sup> sua contribuição ao “desenvolvimento do corpo e do intelecto”<sup>31</sup> e ao “autocontrole”, assim como valorizava-se o esporte como “alternativa prazerosa para a realização dos exercícios”<sup>32</sup> e como instrumento para incrementar atividades comerciais. Assim, a missão que se desvelava para essas personagens era a construção de uma nova rotina em que “uma nova forma de se vivenciar o corpo”<sup>33</sup> e o espaço público deveria ser criada. Nesse sentido, os futebolistas, buscando espaços de jogo, faziam de “lotes vagos”,<sup>34</sup> ruas, praças e parques campos de futebol. Muitas vezes com o respaldo do poder público que “percebia tal modalidade atlética como prática útil à cidade” e que “compreendia como legítima a apropriação [...] do espaço que, a princípio, não era destinado ao esporte”<sup>35</sup> o que fez, devido ao prestígio crescente dos clubes, com que houvesse, inclusive, a “concessão de terrenos”<sup>36</sup> para a construção de estádios na década de 1920. Esse processo visualizado ao longo dos anos 1910, comporta, aos poucos, o “aumento da prática, inclusive em sua forma não organizada” e “com isso, cada vez mais as ruas da cidade eram tomadas pelo jogo de boa”, assim como a “emergência da paixão pelo jogo se potencializou”.<sup>37</sup> Uma trajetória na qual observa-se, portanto, a construção de novas práticas e novas sociabilidades.

Contudo, como assinala Rajão, essa história não se realizou de forma linear e pacífica, já que até 1908 o entusiasmo dos “*sportsmen*” não se verificou no restante da população. Além disso, não era raro encontrar visões contrárias às práticas esportivas, mais especificamente ao futebol. Os críticos apontavam para o

---

<sup>29</sup> RIBEIRO. *A bola, as ruas alinhadas e uma poeira infernal*, p. 168.

<sup>30</sup> RIBEIRO. *A bola, as ruas alinhadas e uma poeira infernal*, p. 179.

<sup>31</sup> RIBEIRO. *A bola, as ruas alinhadas e uma poeira infernal*, p. 179.

<sup>32</sup> RIBEIRO. *A bola, as ruas alinhadas e uma poeira infernal*, p. 179.

<sup>33</sup> RIBEIRO. *A bola, as ruas alinhadas e uma poeira infernal*, p. 186.

<sup>34</sup> RIBEIRO. *A bola, as ruas alinhadas e uma poeira infernal*, p. 205.

<sup>35</sup> RIBEIRO. *A bola, as ruas alinhadas e uma poeira infernal*, p. 210.

<sup>36</sup> RIBEIRO. *A bola, as ruas alinhadas e uma poeira infernal*, p. 219.

<sup>37</sup> RIBEIRO. *A bola, as ruas alinhadas e uma poeira infernal*, p. 216.

“modismo” do “costume estrangeiro”<sup>38</sup> e o seu prejuízo à saúde, devido às lesões, bem como ao atrofiamento das capacidades intelectuais dos praticantes e o estímulo à agressividade entre praticantes. Críticas essas muito similares as vistas em outras localidades da República, como as presentes no grupo que fundou a “Liga contra o football” no Rio de Janeiro. Outro ponto que também chama a atenção do leitor é a idealização do esporte não como mero divertimento, mas a serviço do trabalho com a sugestão de um “Sport Agrícola”, no ano de 1907, que deslocaria a prática esportiva “para um novo lugar, mais próximo do setor produtivo”<sup>39</sup> em que “disputas em torno da habilidade de se usar o arado, dentre outras, poderiam tornar o trabalho uma tarefa divertida, atraindo o interesse de famílias inteiras, que ao fim das partidas teriam realizado uma etapa do processo do plantio”.<sup>40</sup> Também é digno da atenção do pesquisador o fato desses discursos construírem a visão de que o futebol era “prática destinada aos grupos mais selecionados da sociedade local” e que “o novo esporte não serviria [...] para o lazer das classes populares”,<sup>41</sup> lógica que vai sendo subvertida com a ampliação das bases sociais dos praticantes e os novos sentidos atribuídos ao jogo.

Dessa forma, o livro cumpre a sua trajetória trazendo à luz o futebol como elemento importante para a delimitação do *campo esportivo* da cidade e o próprio desenvolvimento da história de Belo Horizonte. O futebol legitimado como prática pelo poder público e pelos habitantes interferiu no próprio traçado urbano da recém-fundada capital, nas formas de sociabilidade e nos gostos da população. Por vias tortas, aquilo que havia sido concebido pelos idealizadores do plano urbanístico acaba se consolidando e Rajão é hábil em evidenciar a importância da ação na história para que ideias sejam efetivadas.<sup>42</sup>

Ao mirar no que houve de específico, e são tantas as particularidades desta história como observado ao longo da resenha, Raphael Rajão encontra também um

---

<sup>38</sup> RIBEIRO. *A bola, as ruas alinhadas e uma poeira infernal*, p. 181.

<sup>39</sup> RIBEIRO. *A bola, as ruas alinhadas e uma poeira infernal*, p. 184.

<sup>40</sup> RIBEIRO. *A bola, as ruas alinhadas e uma poeira infernal*, p. 181.

<sup>41</sup> RIBEIRO. *A bola, as ruas alinhadas e uma poeira infernal*, p. 177.

<sup>42</sup> “Tal noção de incorporação de hábitos em voga nos centros mundiais, tidos como mais desenvolvidos, perpassava não só o discurso dos planejadores da cidade, mas o de boa parte da sociedade local, especialmente a imprensa e as classes letradas”. RIBEIRO. *A bola, as ruas alinhadas e uma poeira infernal*, p. 223.

processo muito semelhante ao que ocorreu em outras localidades. Talvez, uma proposta de ampliação de sua pesquisa pudesse ser no sentido de investigar as disputas entre amadorismo e profissionalismo na constituição do *campo esportivo* na capital de Minas Gerais. Por fim, Rajão realiza o objetivo colocado no início de seu trabalho, a saber, o de contribuir para a compreensão de diferentes realidades nacionais estudando o caso de Belo Horizonte. Apesar de não retomar Mário Filho em sua conclusão, como o faz na introdução, podemos apontar para convergências entre aquilo que é narrado em *O negro no futebol brasileiro* e o processo belo-horizontino, como o “papel de destaque de um estudante vindo do exterior na construção da memória”<sup>43</sup> do futebol, “o aspecto restritivo que as agremiações mantiveram no momento inicial”,<sup>44</sup> “a constituição de agremiações em bairros afastados, as quais projetavam seus laços de vizinhança na formação da equipe e da torcida”.<sup>45</sup> Evidentemente, essas correspondências estão longe de confirmar a ideia “do caso carioca como síntese nacional”,<sup>46</sup> como queria Mário Filho, pois, apesar delas, “a consolidação das práticas esportivas dialogou com as realidades locais, em um processo descontinuado de sua difusão pelo território brasileiro”.<sup>47</sup> Certamente, *A bola, as ruas alinhadas e uma poeira infernal: os primeiros anos do futebol em Belo Horizonte (1904-1921)* apresenta-se no horizonte como bibliografia fundamental para todos aqueles interessados em compreender a história das cidades e do futebol no início do século XX.

\* \* \*

---

<sup>43</sup> RIBEIRO. *A bola, as ruas alinhadas e uma poeira infernal*, p. 223.

<sup>44</sup> RIBEIRO. *A bola, as ruas alinhadas e uma poeira infernal*, p. 223.

<sup>45</sup> RIBEIRO. *A bola, as ruas alinhadas e uma poeira infernal*, p. 223.

<sup>46</sup> RIBEIRO. *A bola, as ruas alinhadas e uma poeira infernal*, p. 24.

<sup>47</sup> RIBEIRO. *A bola, as ruas alinhadas e uma poeira infernal*, p. 225.

## REFERÊNCIAS

RIBEIRO, Raphael Rajão. **A bola, as ruas alinhadas e uma poeira infernal**: os primeiros anos do futebol em Belo Horizonte (1904-1921). Rio de Janeiro: Drible de Letra, 2018. 245p.

SILVA, Marcelino Rodrigues da. Prefácio. In: RIBEIRO, Raphael Rajão. **A bola, as ruas alinhadas e uma poeira infernal**: os primeiros anos do futebol em Belo Horizonte (1904-1921). Rio de Janeiro: Drible de Letra, 2018, p. 15-16.

\* \* \*

Recebido para publicação em: 15 jan. 2021.  
Aprovado em: 18 mar. 2021.

## Dois precisos poemas de futebol

### Renato Negrão

A revista **FuLiA/UFMG** apresenta um par de poema futebolístico, “Dadá” e “Futebol para todos”, de Renato Negrão. O primeiro foi publicado na abertura de seu livro **Vicente viciado** (Rótula, 2012) e o outro na antologia **Pelada poética – Copa do Mundo no Brasil** (Scriptum, 2014), organizada por Welbert Belfort e Mário Alex Rosa.



Esses poemas vistos pelo prisma da temática do dossiê, o estudo do esporte por meio de metodologias quantitativas, nos fazem refletir se os números contariam tudo que almejamos saber. Afinal, desdobra a facilidade com que o ex-jogador Dadá concretizava a bola no fundo da rede. Para isso, Negrão destaca tanto o uso da matematicidade da “raiz quadrada”, quanto a aplicação da sutileza mirabolante do atacante. Já o poema “Futebol para todos” nos

permite refletir sobre as formas de investigar os nossos objetos de pesquisa. O poeta mostra como precisamos questionar para saber sobre eles e, ainda mais importante, uma análise das respostas “(re)colhidas” nos permite compreender a essência do objeto.

Renato Negrão nasceu em Belo Horizonte, capital de Minas Gerais, em 1968. É poeta, artista visual e educador – Prêmio Itaú Rumos Educação, Cultura e Arte 2008/2010. Dentre outras publicações de sua autoria, destacam-se **Odisseia vácuo** (2017), **Os dois primeiros e um lote vago** (2004), **Dragões do paraíso** (1997), com Daniel Costa, na coleção Poesia Orbital, organizada por Marcelo Dolabela, e **No calo** (1996).

Possui gravações e parcerias musicais com Makely Ka, Juliana Perdigão, Kristoff Silva, Sérgio Pererê, Estrela Leminski, Alice Ruiz e Angélica Freitas. **Site:** <https://www.renatonegrao.org>.

## Futebol para todos

### *# Proposição – da estética*

ligar para a associação nacional dos árbitros de futebol  
e perguntar a funcionários de cargos distintos  
de que serve a meia-lua  
anote as respostas &  
caso não se convença  
– o que provavelmente ocorrerá –  
dirija-se à porta da instituição e  
grite  
de que serve a meia-lua  
grite  
de que raios serve a meia-lua  
até que seu corpo adquira a curvatura  
de um lobo ganindo ao limite de ainda observar  
como e quantos se compadecem do seu drama  
a meia-lua  
esse mero formalismo estético

### *# Jogo – da produção de fenômenos de linguagem*

às pessoas  
    mais ou menos  
desinteressadas  
    em futebol  
indague-as

para que  
lhe expliquem  
a lei  
    do impedimento  
& das  
    respostas  
(re)colhidas  
poderá você  
obter largo material  
    e sutis  
articulações linguísticas  
    em poética  
de alta voltagem

### *# Apontamento – da fonética*

o juiz diz  
que não  
(h)ouve  
nada

## Dadá

— futebol é o seguinte  
chegou ali e tem tranquilidade  
é só aplicar o sutil o mirabolante  
a raiz quadrada o labirinto  
que não tem jeito pro goleiro não  
é cair e levantar para buscar  
o caroço lá dentro

— que negócio é esse de sutil  
mirabolante e raiz quadrada

— não posso dizer  
é segredo profissional  
outro dia criei mais um gol  
o independência

— poesia é o seguinte  
chegou ali e tem tranquilidade  
é só aplicar o sutil o mirabolante  
a raiz quadrada o labirinto  
que não tem jeito pro leitor não  
é cair e levantar para buscar  
o caroço lá dentro

— que negócio é esse de sutil  
mirabolante e raiz quadrada

— não posso dizer  
é segredo profissional  
outro dia criei mais um poema  
o independência



**Desenho** - Igor Maciel da Silva,  
nanquim e aquarela s/ cansom  
@coresdeigor

Capa da revista **FuLiA/UFMG**, v. 6, n. 1, 2021  
*O esporte pelo prisma dos métodos quantitativos.*

## Toca Dadá

O poema “Dadá”, em homenagem ao lendário atacante do Atlético Mineiro, Dario José dos Santos – o “Dadá Maravilha” ou “Dadá Beija-flor” ou ainda “Peito de Aço” –, nascido no Rio de Janeiro, em 1946, mas radicado em Belo Horizonte, foi gravado por Renato Negrão, sonorizado por Fabiano Fonseca e, desde 2014, integrado à instalação poética no Museu Brasileiro do Futebol (Estádio Mineirão), concebida pelo pesquisador Gustavo Cerqueira. Esse poema também foi publicado pela revista **Em Tese**, ao lado de outros três do autor, na série intitulada “Desenrolando Barthes e outras semiologias” (2015).

Em nota preciosa do livro **Vicente viciado** (2012), Negrão nos informa que concebeu o poema “Dadá” a partir de uma entrevista dada pelo jogador ao jornal **O Pasquim**, em 1972, pouco tempo depois do ídolo atleticano ter se sagrado campeão e artilheiro do Campeonato Brasileiro pelo Atlético, há 50 anos.

Além de ser um dos principais centroavantes do futebol brasileiro dos anos 1970, Dadá, tricampeão da Copa do Mundo no

México, na suplência, foi um extraordinário comunicador, capaz de mobilizar a atenção da mídia especializada por meio de seu carisma e de emblemáticos bordões: “Somente três coisas param no ar: o beija-flor, o helicóptero e Dadá”, em alusão a sua habilidade de cabecear a bola, o que lhe confere o título de artilheiro mundial nesse quesito; “Não existe gol feio, feio é não fazer gol”; e “Não me venham com a problemática que eu tenho a solucionática”, mencionada por ninguém menos que o poeta Carlos Drummond de Andrade no **Jornal do Brasil**, em 1971.



Para ouvir o poema acesse o link:  
<https://bit.ly/FuLiA/UFMG-Negrao-Dada>.

\* \* \*