

UNIVERSIDADE METODISTA DE PIRACICABA
FACULDADE DE CIÊNCIAS DA SAÚDE
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO FÍSICA

MILENA AVELANEDA ORIGUELA

**Futebol e Cultura:
Assistência aos jogos em um bar na cidade de Piracicaba-SP**

Piracicaba / SP
2014

MILENA AVELANEDA ORIGUELA

**Futebol e Cultura:
Assistência aos jogos em um bar na cidade de Piracicaba-SP**

**Soccer and Culture:
Watching soccer games in a bar in Piracicaba-SP**

Dissertação apresentada à Banca Examinadora do Programa de Pós-Graduação em Educação Física, da Faculdade de Ciências da Saúde - Universidade Metodista de Piracicaba/UNIMEP, como requisito final para obtenção do título de Mestre em Educação Física. Linha de pesquisa: Movimento Humano, Lazer e Educação.

Orientadora: Profa. Dra. Cinthia Lopes da Silva

Piracicaba / SP
2014

Ficha Catalográfica elaborada pelo Sistema de Bibliotecas da UNIMEP
Bibliotecária: Luciene Cristina Correa Ferreira CRB-8/ 8235

Origuela, Milena Avelaneda.

O71L Futebol e Cultura: assistência aos jogos em um bar na cidade de Piracicaba-
SP. / Milena Avelaneda Origuela. – Piracicaba, SP: [s.n.], 2014.
92 f.; il.

Dissertação (Mestrado) – Faculdade de Ciências da Saúde / Programa de
Pós-Graduação em Educação Física - Universidade Metodista de
Piracicaba. 2014.

Orientador: Dra. Cinthia Lopes da Silva.

Inclui Bibliografia

1. Lazer 2. Futebol. 3. Bar. 4. Televisão. 5. Cultura. I. Silva, Cinthia Lopes
da. II. Universidade Metodista de Piracicaba. III Título.

CDU 796.4

MILENA AVELANEDA ORIGUELA

**Futebol e Cultura:
Assistência aos jogos em um bar na cidade de Piracicaba-SP**

Dissertação apresentada à Banca Examinadora do Programa de Pós-Graduação em Educação Física, da Faculdade de Ciências da Saúde - Universidade Metodista de Piracicaba/UNIMEP, como requisito final para obtenção do título de Mestre em Educação Física. Linha de pesquisa: Movimento Humano, Lazer e Educação.

DATA DE APROVAÇÃO

___/___/___

BANCA EXAMINADORA

Profa. Dra. Cinthia Lopes da Silva (Orientadora)
UNIMEP – Piracicaba/SP

Profa. Dra. Eline Tereza Rozante Porto
UNIMEP – Piracicaba/SP

Prof. Dr. Ricardo Ricci Uvinha
EACH/USP – São Paulo/SP

Dedico este trabalho às
minhas irmãs, Daniella e
Camila, por todo apoio e
amor dedicado, e por sempre
fazerem parte da minha
alegria.

AGRADECIMENTOS

Agradeço aos meus pais, Cláudio e Selma, que estão sempre ao meu lado, apoiando e orientando minhas decisões, possibilitando a realização dos meus sonhos.

A minha avó Manoela, por sua presença forte, por toda sua experiência que tanto me influencia e pela inspiração com sua formidável vontade de viver.

As minhas irmãs Daniella e Camila, por tantas risadas, histórias e muita paciência ao me ouvirem falar sem parar sobre tantas coisas.

As minhas tias Sirene e Sibeli, as maiores incentivadoras para eu cursar a faculdade e o mestrado, por todo amor e carinho e a meu primo Fellipe por suas sempre oportunas colocações em relação ao futebol e à pesquisa em ciências humanas.

A minha querida amiga Sandra por me apoiar nos estudos, sempre me ajudar em tudo e por suas palavras de calma nos meus momentos de cansaço e desespero, muito obrigada pelo carinho.

A minha amiga Pamela, por estar sempre ao meu lado, me apoiando e incentivando, fornecendo toda informação possível sobre futebol e por toda a paciência em me aguentar nos momentos mais estressantes, muito obrigada por seu carinho.

Aos meus amigos de mestrado, que tive o prazer de conhecer e conviver: Lucas, Taty, Márcio, Wesley, Ivo e Dú, pelas conversas mais engraçadas no café e também pela troca de ideias e experiências acadêmicas tão enriquecedoras.

Aos integrantes da banca, Eline, por ser sempre tão cuidadosa e perspicaz em suas palavras, Ricardo, pelo conhecimento, incentivo e contribuição com esta pesquisa.

A todos os meus professores, que cada um do seu jeito pôde contribuir para a minha formação, mas especialmente ao professor Nelson Marcellino, sempre carinhoso comigo e com seus conhecimentos tão enriquecedores.

Ao João e a Miriam (Bar do João) por serem tão receptivos ao permitirem a pesquisa em seu bar.

A Cris, sempre disposta a ajudar resolvendo nossos problemas e dúvidas na secretaria, sempre sorrindo e me incentivando a continuar firme.

A Capes pelo apoio financeiro.

Agradeço especialmente, à Cinthia, minha orientadora, por sua paciência, orientação certa, por acreditar em mim e por me apresentar e guiar neste caminho científico.

RESUMO

Este trabalho tem por objetivo identificar e analisar os significados da assistência aos jogos de futebol no bar. O futebol faz parte da identidade brasileira e pode ser estudado sob diversos ângulos como jogo, rito, esporte. É a paixão dos brasileiros e é tematizado o tempo todo. Essa paixão não pode ser explicada somente com base em uma visão biológica ou funcionalista, mas sobretudo a partir de uma combinação entre os códigos do futebol e o contexto cultural brasileiro. Um dos problemas que identificamos relacionados ao futebol é que parte significativa dos trabalhos acadêmicos enfoca somente a prática dessa modalidade esportiva, desconsiderando muitas vezes os outros dois gêneros do lazer que são o conhecimento e a assistência. Outro problema é com relação a assistência ao futebol, sendo frequentemente compreendida como passiva no sentido de um simples consumo do jogo sem criatividade ou criticidade por parte do espectador. A metodologia utilizada foi a pesquisa bibliográfica a partir de um levantamento às obras de autores da Antropologia, Sociologia e da Educação Física que se centram em um referencial sociocultural. Também realizamos pesquisa de campo, com observação participante a alguns jogos de futebol vistos em um bar escolhido previamente na cidade de Piracicaba. Além das observações, contatamos alguns frequentadores do bar por meio de questionários e entrevistas semi-estruturadas para identificarmos quais os significados que esses sujeitos atribuem à assistência aos jogos de futebol no bar. Foram realizadas quatro visitas ao bar investigado em diferentes campeonatos de futebol e foram entrevistadas quatorze pessoas, bem como o proprietário do estabelecimento. Após o levantamento bibliográfico e a realização das observações e entrevistas, concluímos que os significados atribuídos à assistência aos jogos de futebol no bar pelos entrevistados envolvem, principalmente, o interesse social do lazer. Entretanto, nas observações percebemos que o interesse físico-esportivo estava também sempre presente. Com relação a questão da atividade e passividade notamos que os frequentadores do bar investigado demonstraram uma atitude ativa com relação ao conteúdo do jogo consumido, com expressões e ações que modificavam aquele conteúdo, mostrando-se assim ativos, críticos e criativos. Com as observações e entrevistas foi possível compreender que o futebol é um “jogo absorvente” por apaixonar as pessoas, absorvê-las de forma a agirem durante o jogo de forma diferente do seu cotidiano, realizando atos como gritar, xingar e chorar em público.

Palavras-chave: Lazer; Esporte; Futebol; Televisão; Bar; Cultura.

ABSTRACT

This paper has the objective of identifying and analyzing the meanings of watching soccer games in the bar. Soccer is a big part of Brazilian identity and it can be studied from different angles, such as a game, a rite, a sport. It is the Brazilian's biggest passion and it is discussed frequently. This passion cannot be explained only based in a biological or functionalist view, but also using a combination between soccer codes and the Brazilian cultural context. One of the problems identified concerning soccer is that a significant part of academic researches focus only on soccer practice and usually disregard other types of leisure like knowledge and watching. Other problem is that watching soccer is frequently understood as a passive activity being just a type of consumption of the game without any criticism and creativity by the audience. Bibliographical research was the methodology used for this paper using works from authors in the fields of anthropology, sociology and physical education who use a social cultural approach. Field research was realized observing some soccer games in a bar which was previously chosen in the city of Piracicaba in the state of São Paulo. Besides the observations, bar goers were contacted through questionnaires and semi controlled interviews in order to identify which meanings they gave to watching soccer games in bars. Four visits to the bar were realized in different championships and fourteen people were interviewed as well as the owner of the bar. After the bibliographical research, the observations and the interviews, we concluded that the meanings attributed to watching soccer games in bars by the own interviewees involve, mainly, their social interest in leisure. However, during the observations, we could notice there was some interest in the physical and sport aspect too. Concerning the active and passive issue, we noticed that bar goers showed an active attitude concerning the content of the game, using expressions and actions that modify that content, so they showed they were active, critic and creative. After the observations and interviews were done, it was possible to understand soccer as a "deep game" because it makes people fall in love, draws people's attention to act differently than their daily lives, doing things like cursing, shouting and crying in public.

Keywords: Leisure; Sport; Soccer; Television; Bar; Culture.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	8
1 CAMINHOS DA INVESTIGAÇÃO	11
2 O FUTEBOL COMO ESPORTE NACIONAL BRASILEIRO	15
2.1 O críquete como esporte nacional indiano.....	23
2.2 O rúgbi como esporte nacional sul-africano	27
2.3 O futebol australiano como esporte nacional australiano	29
3 O LAZER E A ASSISTÊNCIA AO FUTEBOL	34
3.1 A assistência ao futebol	42
3.2 A assistência ao futebol pela televisão.....	44
3.2.1 O caso dos bares	47
4 O CAMPO NO BAR	56
4.1 A assistência ao futebol para os frequentadores do Bar do João	61
4.2 As falas dos frequentadores do Bar do João	71
CONSIDERAÇÕES FINAIS	80
REFERÊNCIAS.....	84
ANEXOS	89
ANEXO A – Certificado de aprovação do Comitê de Ética em Pesquisa.....	89
ANEXO B – Adendo do parecer de aprovação do Comitê de Ética em Pesquisa.....	90
ANEXO C – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido dos entrevistados	92
ANEXO D – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido do proprietário do bar da pesquisa	93

INTRODUÇÃO

Brasil, o país do futebol. Quanta coisa podemos dizer sobre essa frase, não? Como um jogo pode fazer parte da identidade de uma nação? O que faz as pessoas assistirem futebol a semana inteira? E quando a Seleção Brasileira entra em campo, como podem as ruas ficarem tão desertas, praticamente todos assistindo ao jogo? Como esse fenômeno pode mobilizar um país inteiro desta forma, com essa intensidade? Por que os bares estão sempre cheios quando é noite de futebol? Sem dúvida, esse é o esporte mais famoso e popular entre os brasileiros. São frequentes as discussões nos bares nos dias de jogos e nos dias subsequentes a estes, lembrando lances, lamentando-se dos gols perdidos. Em qualquer lugar que se vá tem alguém jogando, assistindo ou conversando sobre futebol.

Mas de onde surgiu a ideia desta pesquisa? Durante a graduação em Educação Física na Universidade Metodista de Piracicaba, tivemos a oportunidade de realizar alguns projetos de Iniciação Científica relacionados à comunidades virtuais, mídia, especialmente a televisão, e esporte. Ao ingressar no Mestrado, o tema esporte e mídia foi instigante. Como a linha de pesquisa do mestrado era relacionada à Educação Física e ao Lazer nos deparamos com a necessidade de uma pesquisa que pudesse abranger um dos gêneros do lazer juntamente com o esporte. Esse fenômeno da assistência ao futebol nos bares teve grande destaque depois de observarmos que era muito comum em várias cidades, principalmente em Piracicaba, cidade que possui grande oferta deste tipo de estabelecimento. Optamos assim por estudar o futebol sob o viés cultural, centrando-se no gênero do lazer - a assistência.

Os esportes de maneira geral podem ser vivenciados como atividades de lazer. O lazer, entretanto, possui três gêneros: a prática, o conhecimento e a assistência. A maioria dos estudos do lazer enfoca a questão da vivência, no sentido da prática, principalmente quando o tema é futebol (STIGGER, 1997; MYSKIW, 2012), no entanto, a assistência aos jogos de futebol tem se mostrado tão comum quanto a prática deste esporte. Atualmente existem várias maneiras de assistir a um jogo: no estádio, presencialmente, pela televisão em casa, pela televisão nos bares ou até mesmo pela internet através de diferentes dispositivos como *tablets*, computadores ou celulares.

Essa modalidade da assistência tem-se mostrado como um dos principais meios de acesso ao esporte, especialmente o futebol. Porém, pode ser considerada uma atividade passiva. Passiva no sentido das pessoas apenas sentarem e receberem um conteúdo pré-interpretado sem nenhuma criticidade ou criatividade. Esse é um dos problemas analisados por nós neste estudo, pois entendemos que a atividade em si não é passiva ou ativa, a questão aqui é a atitude. Será que realmente assistir a um jogo de futebol é uma atitude passiva?

Na sociedade contemporânea as pessoas podem optar por usufruir o lazer de múltiplas maneiras. Queremos dar destaque ao bar, porque este vem se apresentando como um espaço privilegiado de assistência aos jogos de futebol, especialmente no espaço urbano. Sendo assim, quais os significados da assistência aos jogos de futebol para frequentadores de um bar em Piracicaba?

O objetivo deste trabalho é identificar e analisar quais os significados de se assistir aos jogos de futebol no bar. Por meio de pesquisa bibliográfica levantamos autores que tratam do futebol como esporte nacional brasileiro e trazemos algumas características de se assistir ao jogo de futebol no bar. Realizamos, em seguida, a pesquisa de campo, utilizando entrevistas semi-estruturadas e observação participante para termos acesso aos significados da assistência aos jogos de futebol para os frequentadores do bar.

O texto está dividido em quatro partes principais. Na primeira parte, “Caminhos da Investigação” apresentamos a metodologia detalhada, onde e como realizamos a pesquisa bibliográfica bem como as técnicas que utilizamos nas observações e entrevistas: quais os critérios de escolha dos entrevistados, formas de abordagem dos mesmos e como realizamos as observações no bar situado na cidade de Piracicaba-SP.

Na segunda parte: “O futebol como esporte nacional brasileiro”, destacamos características do jogo vistas por várias áreas como a Educação Física, a Sociologia e a Antropologia, com a apresentação deste como jogo, esporte e rito. O futebol é tematizado o tempo todo, sendo hoje esporte nacional brasileiro, representando a nação, promovendo uma identidade nacional individual e coletiva, além de ser considerado um fato social total. É uma paixão que não pode ser explicada somente a partir de uma visão biológica ou funcionalista, mas há uma combinação entre os códigos do futebol e o contexto cultural brasileiro. Além disso, trazemos características de esportes nacionais em outros países como o críquete na Índia, o

rúgbi na África do Sul, e o futebol australiano na Austrália, destacando a paixão destes povos para com seus principais esportes e como estes podem nos ajudar a entender a paixão dos brasileiros pelo seu futebol. Apresentamos aqui o futebol como sendo um “jogo absorvente”.

Na terceira parte: “O lazer e assistência ao futebol”, destacamos o esporte como atividade de lazer e apresentamos quais as características dos diversos tipos de jogos, o esporte como categoria mimética e a sociabilidade no esporte. Falamos sobre os gêneros do lazer, e da importância no acesso a todos eles, não só a prática, mas também o conhecimento e a assistência e a questão da atividade e passividade nas atividades de lazer. Contamos como se dá a assistência aos jogos de futebol de maneira geral, porém com detalhes sobre a assistência nos bares, mostrando como se dá a difusão e recepção do conteúdo do jogo pela televisão no Brasil, como esse fenômeno se deu também na Inglaterra e porque hoje o bar é um dos principais meios de acesso ao futebol.

Na última parte: “O campo no bar”, apresentamos como é o bar de nossa pesquisa, quais suas características e peculiaridades, incluindo algumas fotos para melhor visualização. Contamos detalhadamente cada dia de nossas observações dos dias de jogos, analisando alguns fatos vistos por nós, considerados relevantes para o estudo. Na sequência apresentamos as falas dos entrevistados, nossas análises e as relações entre o que foi falado por eles e visto por nós.

Para finalizar apresentamos algumas considerações, visando contribuir com a produção de conhecimento das áreas de Educação Física, Esporte e Lazer, especialmente quando estamos tão próximos do maior evento futebolístico do mundo: a Copa do Mundo de Futebol a ser realizada neste ano em nosso país.

E vamos ao jogo!

1 CAMINHOS DA INVESTIGAÇÃO

A metodologia utilizada foi a pesquisa bibliográfica e de campo. A pesquisa bibliográfica, tendo como base as ideias de Severino (2007), foi efetuada a partir de um levantamento nos Sistemas de Bibliotecas da UNIMEP e da UNICAMP, correspondente às obras de autores da Antropologia, Sociologia e da Educação Física que se centram em um referencial sociocultural. Também foram consultadas as bases Scielo, Portal Periódicos Capes e o site acadêmico Google Scholar, além de revistas específicas do tema trabalhado como o periódico inglês *Soccer & Society*. Para a realização deste levantamento foram consultados livros, dissertações, teses e periódicos. O levantamento foi realizado de junho de 2012 a agosto de 2013. As seguintes palavras-chave foram base para a pesquisa: lazer, esporte, futebol, televisão, bar e cultura.

Para o tratamento dos textos selecionados para a pesquisa utilizamos as fases de Severino (2007): análise textual, na qual se adquire uma visão geral dos textos; análise temática, na qual há a compreensão do texto além de determinar o tema-problema, a ideia central e as ideias secundárias e a análise interpretativa, onde há a interpretação do texto, nos capacitando para a associação das ideias e críticas. A natureza da discussão é eminentemente qualitativa, de acordo com Minayo (1994, p.21) esse tipo de pesquisa “trabalha com o universo de significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes”. Esta abordagem se preocupa com um nível de realidade que não pode ser quantificado, aprofundando-se nos significados das ações e relações humanas.

A segunda parte da metodologia, a pesquisa de campo, foi realizada em um bar escolhido previamente na cidade de Piracicaba (que transmite os jogos pela televisão). A cidade de Piracicaba foi escolhida primeiro pela acessibilidade da pesquisadora, segundo, por se tratar de uma cidade que possui um grande número de bares¹, e terceiro que, o bar escolhido embora não seja temático, possui características e decoração específica de futebol.

¹ Ao realizarmos uma pesquisa no site da Prefeitura do Município de Piracicaba encontramos um link que torna possível a consulta do número de estabelecimentos comerciais, se chama Consulta de Cadastro Mobiliário por Atividade e Endereço. Ao procurarmos pela atividade “bar”, nos deparamos com 2.360 estabelecimentos.

Os entrevistados foram adultos, homens e mulheres, pessoas que vão com certa frequência (semanalmente ou mensalmente) ao bar, com faixa etária de 18 a 35 anos². A escolha por essa faixa etária deve-se ao fato de serem pessoas que talvez ainda não tenham a obrigatoriedade de manter os compromissos familiares aos finais de semana e durante a semana após o trabalho ou os tem numa menor escala, com certa disponibilidade para a frequência a bares para acompanhar os jogos de futebol. A escolha por entrevistar homens e mulheres foi devido a maior diversidade de dados que podemos ter acesso. Foram entrevistadas 14 pessoas e o número de entrevistados foi definido por saturação de dados.

Utilizamos como técnicas de pesquisa entrevistas semi-estruturadas e observação participante. Inicialmente usamos um questionário para identificar pessoas que atendiam aos critérios selecionados para a participação na pesquisa. O questionário continha uma parte inicial para que pudéssemos obter dados pessoais como nome, idade e estado civil (para identificarmos possíveis relações entre a frequência aos estádios e bares para assistir aos jogos de futebol e os compromissos familiares).

Para identificar os significados de se assistir ao futebol no bar para os espectadores que acompanham os jogos pela televisão utilizamos as entrevistas semi-estruturadas. Tais entrevistas foram baseadas em um roteiro, permitindo ao informante seguir espontaneamente a linha de seu pensamento e de suas experiências.

O roteiro de entrevista foi o seguinte:

- 1 - Frequência ao bar para assistir a jogos de futebol;
- 2 - Histórico sobre o uso de algum tipo de dispositivo (tv, rádio, celular) quando assistem aos jogos pela televisão no bar;
- 3 - Significados atribuídos a assistir o futebol no bar;
- 4 - Implicações para a vida cotidiana.

As perguntas para iniciarmos as entrevistas foram (dependendo da resposta outras perguntas eram formuladas para atingirmos o objetivo da pesquisa):

- 1 - Qual a frequência que você vem ao bar para assistir aos jogos de futebol?

² Faixa etária dos frequentadores que assistem futebol nos bares e restaurantes de acordo com a pesquisa IBOPE Media (2011). Coincidentemente ou não, a pesquisa sobre o perfil do turista da Copa do Mundo tem faixa etária entre 25 e 35 anos, a mesma dos sujeitos entrevistados por nós. A pesquisa citada entrevistou em sua maioria europeus, norte-americanos e asiáticos durante a Copa do Mundo na África do Sul em 2010.

2 - Você utiliza algum dispositivo (tv, rádio, celular) quando assiste aos jogos de futebol no bar?

3 - O que significa para você assistir ao futebol no bar?

4 – Você tem mais alguma colocação a fazer?

Com o objetivo de conhecer a história do bar escolhido para nossa pesquisa entrevistamos o proprietário do estabelecimento, e para isto utilizamos o seguinte roteiro de temas:

1 - histórico do bar;

2 - quando começou a relação do bar com os jogos de futebol;

3 - qual a faixa etária dos frequentadores do bar.

Este estudo possui protocolo de aprovação do Comitê de Ética de Pesquisa em seres humanos da Universidade Metodista de Piracicaba (UNIMEP), número 88/12 e adendo (anexos).

Nosso contato com os entrevistados se deu da seguinte maneira: ao chegarmos no bar escolhíamos uma mesa localizada de forma que pudéssemos ter a melhor visão possível do ambiente. Após algumas observações escolhíamos para a entrevista pessoas que aparentemente estavam ali para assistir ao jogo. Alguns escolhidos eram os que estavam com a camisa do time que jogaria naquele dia, ou que pareciam escolher sua mesa de forma que estivesse bem posicionada para visualizar a TV. Também escolhíamos duplas, trios ou grupos pequenos pois notamos que éramos melhor recebidos.

Para as entrevistas chegávamos próximo à mesa das pessoas, nos apresentávamos como pesquisadoras da Unimep e iniciávamos a conversa procurando abertura para fazer as perguntas. Alguns entrevistados não se mostravam dispostos para muitas perguntas, queriam continuar conversando com os amigos, continuavam comendo ou bebendo, já outros deixavam a conversa e a entrevista fluir. De qualquer forma, não tivemos recusas à nossa entrevista.

Outra técnica de pesquisa utilizada foi a observação participante, de acordo com Bruyne *et al* (1991) essa técnica nos dá acesso aos fatos tais como são para os sujeitos observados. Ainda, segundo Minayo (1994), por meio da observação participante é possível obter informações da realidade dos atores sociais em seus próprios contextos, e o observador faz parte do contexto observado, estabelecendo uma relação face a face com os observados. A partir dessa técnica pudemos ter acesso a dados que complementaram as entrevistas semi-estruturadas.

Ao término das entrevistas e das observações participantes foi realizada a terceira etapa da pesquisa, referente à análise dos dados coletados na pesquisa de campo³. Para isso, nos baseamos nos princípios da etnografia, o que Geertz (2011) compreende por “descrição densa”. Para o autor, há quatro características nesse tipo de descrição:

Ela é interpretativa; o que ela interpreta é o fluxo do discurso social e a interpretação envolvida consiste em tentar salvar o “dito” num tal discurso da sua possibilidade de extinguir-se e fixá-lo em formas pesquisáveis (...). Há ainda, em adiantamento, uma quarta característica de tal descrição, pelo menos como eu a pratico: ela é microscópica (GEERTZ, 2011, p.15).

Não é nossa intenção fazer uma "descrição densa" no sentido mais amplo de uma etnografia, nos moldes da pesquisa antropológica, mas utilizamos aqui os princípios etnográficos como inspiração para a análise que faremos dos dados coletados.

No caso de nossa pesquisa, bem como as pesquisas eminentemente etnográficas, o *locus* não é o objeto de estudo, nós não estudamos “o” bar, mas sim “no” bar. Enfrentamos uma multiplicidade de estruturas conceituais complexas em que primeiro apreendemos e depois apresentamos. São interpretações de “segunda e terceira mão” (GEERTZ, 2011, p. 11).

A finalidade dessa terceira etapa da pesquisa foi interpretar os discursos dos espectadores que assistem aos jogos de futebol no bar.

³ Ao citarmos as falas dos entrevistados utilizamos as letras do alfabeto na ordem e em letra maiúscula, mantendo assim o sigilo com relação a identificação de seus nomes.

2 O FUTEBOL COMO ESPORTE NACIONAL BRASILEIRO

O futebol é um fenômeno tão abrangente que pode ser estudado sob diversas perspectivas. Apresentamos aqui alguns autores que relacionam o futebol com a cultura do povo brasileiro. Roberto DaMatta (1982) estuda o futebol como um drama e assim analisa o esporte como um modo por meio do qual a sociedade se deixa perceber.

O futebol reúne muitas coisas em suas multidensões, é jogo, é esporte, rito e espetáculo. A paixão pelo futebol é tão grande que muitos brasileiros esquecem que ele foi inventado na Inglaterra⁴ e pensam que ele é como a feijoada, o carnaval, o samba, um produto brasileiro. Isso acontece porque provavelmente promove sentimentos básicos de identidade individual e coletiva no povo brasileiro. O futebol mobiliza e apaixona as pessoas. É uma atividade dotada de multivocalidade, ou seja, podemos entendê-lo e vivê-lo simultaneamente de muitos pontos de vista. Embora seja um espetáculo pago, atualmente produzido e realizado por profissionais da indústria cultural que visam objetivos capitalistas, o futebol também promove valores culturais profundos e gostos individuais singulares (DAMATTA, 1994).

Esses valores culturais podem ser bem percebidos em jogos da Seleção Brasileira, em que o povo, independentemente de sua classe social/econômica, se une num mesmo brado, numa mesma torcida, com as mesmas cores, a mesma alegria e esperança de vitória. Todo o país, paralisado com um único olhar: a sua seleção. Já os gostos singulares individuais podem ser percebidos nos times regionais que arrastam multidões para os estádios, para os bares, as camisas dos times locais vestem seus torcedores, o assunto é sempre um só: seu time.

De acordo com Daolio (1998), a popularização do futebol brasileiro pode ser explicada de diversas maneiras. A primeira delas poderia ser a grande quantidade de negros na população e a facilidade desta raça numa modalidade esportiva que tem nos pés seu principal instrumento de ação. E por utilizar principalmente os pés,

⁴ Existe muita controvérsia a respeito de quem inventou o futebol. As origens do jogo com a bola são muito remotas. Historiadores e arqueólogos dizem que há registros no Egito e na Babilônia em relação à prática de algo semelhante ao futebol. Informações mais precisas mostram que na China desde a dinastia Han (202 a.C. - 226 d.C.) jogava-se *tsutchu*, palavra chinesa que significa "golpe na bola com o pé". De qualquer forma foram os ingleses os primeiros (século XIX) a organizar as regras do esporte que conhecemos hoje (AQUINO, 2002).

podemos dizer o mesmo sobre a capoeira e o samba, dando assim, aos negros, uma vantagem atlética nas competições esportivas. Essa é uma teoria que explica a popularização do futebol com base no componente biológico, racial.

Outra justificativa para a popularização desse esporte, é que, no nível de regras, espaço e equipamentos, o futebol é uma modalidade bem simples. Embora haja essa facilidade de prática do jogo, esta não é uma justificativa absoluta, pois na mesma época que o futebol chegou ao Brasil, outros esportes também com regras e equipamentos básicos chegaram, mas não se estabeleceram da mesma forma que o futebol.

De qualquer maneira o que queremos destacar, concordando assim com Daolio (1998), é que não podemos explicar a paixão do brasileiro pelo futebol somente com uma visão biológica ou funcionalista, mas reconhecemos que há uma combinação entre os códigos do futebol e o contexto cultural brasileiro. O estilo de jogo, a exigência técnica, eficácia e eficiência, se adequaram à cultura brasileira, permitindo a vivência de uma série de situações e emoções típicas do homem brasileiro. Essa questão cultural com seu alto poder simbólico permitiu que o futebol representasse o homem brasileiro, da mesma forma que o fazem outros fenômenos nacionais, como o carnaval, por exemplo.

DaMatta (1982) ainda afirma que o futebol praticado, vivido, discutido e teorizado no Brasil seria uma maneira pela qual a sociedade brasileira fala e se apresenta. Guedes (2009) corrobora com esta afirmação ao dizer que no caso dos brasileiros o futebol é um esporte nacional não apenas porque é jogado por muita gente, mas porque é tematizado o tempo todo.

Há um futebol além do praticado, o futebol do jogo de palavras: aquele em que são debatidas as ideias e os valores centrais que norteiam o que poderíamos chamar de “a cultura brasileira”. Jornalistas e especialistas são intérpretes privilegiados do futebol, pois produzem relatos e avaliações sobre futebol que são divulgados pela mídia em geral e são acompanhados por milhões de pessoas. Essa é uma parte fundamental deste fenômeno multidimensional.

Os esportes de maneira geral foram se difundindo no mundo muito rapidamente, configurando novos espaços de sociabilidade, novas corporalidades e, principalmente, novos territórios de criação de sentidos e significação. O futebol compõe um elenco através dos quais veiculamos nossas representações coletivas sobre nós mesmos (GUEDES, 2009).

Futebol é um jogo em equipe que permite retomar a nível simbólico a ideia de uma coletividade exclusiva, como a de uma família. Coletividade com a qual se tem relações de simpatia, raça, sangue e amor, é uma comunidade que se escolhe voluntariamente. Muitas dimensões da vida são impostas, mas o torcer é uma área significativamente aberta. O fato de esta modalidade ser jogada com os pés e não com as mãos também é outro elemento que pode explicar porque o futebol é tão amado no Brasil. Por ser jogado com os pés ele tem uma imprecisão tática, exige uma grande qualidade técnica dos jogadores e faz com que o jogo tenha um ritmo de muitas improbabilidades, mesmo quando um time muito superior joga contra um muito inferior. Além disso, fica muito mais imprevisível, o que faz dele um esporte que inclui a sorte, o destino, a predestinação e a vitória (DAMATTA, 1994).

O chamado futebol brasileiro representa a si mesmo como uma modalidade com características de muita habilidade do corpo e das pernas, o jogo de cintura, a malandragem, um jogo bonito de se ver, atualmente agregado de muita velocidade, força e resistência. Por meio do jogo de futebol o povo brasileiro pode experimentar vencer com os seus times favoritos. É um espetáculo em que vencedores e perdedores se alternam sistematicamente. Por meio do futebol o povo juntou os símbolos do Estado nacional: a bandeira, o hino e as cores nacionais. É o futebol que nos faz patriotas (DAMATTA, 1994).

A partir do jogo várias dimensões identitárias são disputadas, negociadas e construídas. O futebol tornou-se o esporte mais praticado e assistido na modernidade e, por isso, transforma-se no grande palco das nações. O drible, o lugar maior da habilidade, da inventividade, da improvisação ao invés da força, eleva o craque como o herói destas narrativas capaz de sobrepor-se à disciplina e a aplicação tática (GUEDES, 2002).

Sobre patriotismo e identidades nacionais, Guedes (2012) comenta que as sociedades modernas são atravessadas pelo intenso movimento de integração de mercados e da aceleração da comunicação, como diz Marc Augé (2012), uma sociedade do excesso. Um dos aspectos mais evidentes da modernidade e do movimento nas sociedades modernas são as atuações transnacionais que em princípio poderiam enfraquecer as nações, mas que tem na prática se mostrado ao contrário, a transnacionalidade está estimulando nacionalismos. As identidades nacionais acabam assumindo formas modernas. Um destes veículos modernos usados pelas identidades nacionais têm sido, sem nenhuma dúvida, as competições

esportivas internacionais que vem se constituindo pelo mundo verdadeiros ritos nacionais.

As competições esportivas internacionais, como as Olimpíadas e as Copas do Mundo de Futebol, se transformaram em lugares de constituição de identidades e de reivindicação de nacionalidades. Nessas competições vão ocorrer as recriações simbólicas nessas fronteiras e das diversidades nacionais confrontadas nos campos esportivos (GUEDES, 2012).

No caso do Brasil é indiscutível que se permite uma intimidade com os símbolos nacionais por meio do futebol. Isso é notadamente observado nos dias de jogos da seleção brasileira. Nestas ocasiões o país para para assistir aos jogos e vemos o povo vestido com as cores da bandeira. Isso não acontece, por exemplo, em outros dias importantes para o país, como em uma eleição ou na posse de um novo presidente, que teoricamente seriam dias para enaltecer a pátria.

Podemos utilizar o conceito de fato social total de Mauss (1974) ao estudarmos o futebol. Marcel Mauss apropriou-se do conceito de fato social a partir dos entendimentos de Émile Durkheim, incorporando a palavra total à sua concepção. Essa adição permite à antropologia entender essa terminologia (fato social total) como sendo interdisciplinar e, portanto, dialogar com outras áreas científicas e específicas. Assim, Mauss compreende o biológico, o sociológico e o psicológico como sendo um pressuposto discutível às esferas pretendidas, relacionando suas ideias também a estudos educacionais. O fato social total tem um caráter tridimensional: a partir de dimensões sociológica, histórica e físico-psicológica. Seu entendimento está ligado diretamente a uma dupla preocupação: o físico e o psíquico. Compreende uma série de reduções como diferentes modalidades do social (jurídica, econômica, estética, religiosa, etc.); diferentes momentos de uma história individual (nascimento, infância, educação, adolescência, casamento, etc.); e diferentes formas de expressão, desde fenômenos fisiológicos como reflexos, secreções, desacelerações e acelerações, até categorias inconscientes e representações conscientes, individuais ou coletivas.

Na sociedade contemporânea o conceito do fato social total pode ser usado porque no caso do futebol, este mobiliza a totalidade da sociedade e das instituições. A sociedade brasileira se revela, se apresenta por meio deste esporte. Não podemos ver o futebol somente do ponto de vista profissional, pelo contrário, ele seria visto como uma instituição capaz de juntar muitas esferas da vida social.

Sem dúvida estão presentes, assim, aspectos físico-psíquicos, históricos e sociais relacionados ao futebol. O futebol impõe a sua centralidade social e cultural pela força da popularidade e universalidade inegáveis (CARDOSO *et al*, 2007; DAMATTA, 1994).

Para Castells (2003), a identidade é a fonte de significado e experiência de um povo. É o processo de construção de significados com base num atributo cultural. A identidade constitui fonte de significado para os próprios atores sociais, por eles originada e construída por meio de um processo de individualização. A construção de identidade utiliza matéria-prima fornecida pela história, geografia, biologia, memória coletiva, fantasias pessoais. Tudo isso é processado pelos indivíduos e grupos sociais que reorganizam seu significado em função das tendências sociais e projetos culturais enraizados na sua estrutura social e na sua visão de tempo/espaço.

Hall (1997) trata da cultura nacional como um discurso, um modo de construir sentido que influencia e organiza tanto as nossas ações bem como a concepção que nós temos de nós mesmos. Ele ainda argumenta que essa função de sentido fica basicamente na memória da nação e sendo assim podemos dizer que o futebol no Brasil tem-se apresentado como um veículo praticamente insuperável de produção e reprodução dos discursos sobre a nação e sobre o povo brasileiro.

Quando falamos em futebol acabamos por vezes citando o termo nação. Consideramos importante a definição de Castells (2003) sobre este termo: "comunidades culturais construídas, nas mentalidades e memória coletiva das pessoas, por meio de uma história e de projetos políticos partilhados" (p.60). Esta condição de pertencimento, de comunidade construída na memória coletiva, cabe muito bem às nações das torcidas, e não somente a uma nação se referindo a uma pátria. Locutores e as próprias torcidas referem-se a si próprias como "nação corinthiana" (Corinthians/SP), "nação rubronegra" (Flamengo/RJ), "nação colorada" (Internacional/RS), entre outras. A questão da identidade fica clara ao analisarmos as torcidas de alguns times paulistas. O torcer pelo Corinthians significa ser do povo, torcer pelo São Paulo implica em ser da elite, pelo Santos, em ser irreverente e jovem. Essas análises se baseiam na origem de cada um destes times e que é construída por meio da história.

Além disso, para afirmar publicamente sua identidade pessoal muitos torcedores utilizam as camisas do seu time como bandeiras ou escudos, mesmo em

locais que não sejam relacionados ao futebol, como no trabalho, na escola, em passeios. O interesse do brasileiro com relação ao futebol divide-se em torno da regionalidade das torcidas de diferentes clubes. Os clubes de futebol, que jogam toda semana, até duas vezes por semana, ou seja, muito mais que a seleção brasileira, simboliza um pertencimento social com características específicas. É um sentimento de ‘comunidade reunida’ em torno de um pertencimento afetivo a um grupo, ou “time de coração” que você pode escolher livremente. Embora existam os sócio-torcedores filiados aos clubes, o pertencimento a uma torcida é muito mais afetivo que institucional.

Ainda com relação ao significado do futebol, Guedes (2002) diz que o futebol é um significante privilegiado, é um veículo que lhe é exigido significação de tal forma que só não se admite a ausência de significado. E ainda pressupõe que uma característica essencial do futebol é que ele é transformado em eventos narrativos cujo sentido nunca está dado. O processo desencadeado pelo jogo se transforma num campo de debates com diversas posições confrontando-se. A autora comenta que as apreciações do futebol por serem inerentes ao jogo e que são produzidas pela incerteza oferecem oportunidades incontáveis para interpretações divergentes. Destaca ainda a “discutibilidade” do futebol como uma característica básica, produzindo um ‘mundo eminentemente discutível’ (p.51) e complementa dizendo que é um “campo inesgotável para o desenvolvimento de diferentes histórias e avaliações contrastantes. Mesmo que não haja nenhum comentário ou a partir dos comentários dos comentários (...), essa incerteza do jogo proporciona a oportunidade de argumentar infinitamente e de reescrever a história tanto quanto possível”.

Na construção da identidade brasileira, o futebol aparece como um marcador social, ele “desempenha um importante papel, como princípio aglutinador do ‘povo brasileiro’ na sua constituição como nação” (GASTALDO, 2006, p. 92) e é também uma forma de expressão dessa mesma identidade: “o futebol brasileiro pode (...) dizer algo sobre nós mesmos. Somos, portanto, o País do nosso futebol, dos nossos clubes, torcedores, dirigentes, jogadores e assim por diante” (DAMO, 2002, p. 152).

Heloisa Bruhns (2000) faz um levantamento da história do futebol, da capoeira e do carnaval e realiza um cruzamento entre esses três fenômenos, chegando a conclusão que fazem parte da identidade brasileira, possuem traços e características muito semelhantes como, por exemplo, a malandragem e a

religiosidade, e que estas manifestações estão inseridas no universo lúdico brasileiro como possibilidade de uma vida mais pausada, reflexiva e comunicativa.

O futebol como identidade brasileira também é retratado no livro do inglês Alex Bellos (2003), "Futebol: o Brasil em campo", feito especialmente para o público britânico, também apaixonado pelo esporte. Nesta obra, Bellos apresenta o Brasil a partir de sua paixão pelo futebol, e esta paixão e identidade nacional fica evidente em vários trechos do livro como, por exemplo: "O Brasil é o país onde os agentes funerários oferecem caixões com o escudo dos clubes, onde plataformas marítimas de petróleo são equipadas com campos de futebol-soçaito, e onde um clube pode ser um trampolim para um cargo parlamentar" (p.11).

Mais especificamente com relação à identidade do povo brasileiro, Daolio (1997) levanta quatro aspectos do futebol para análise. O primeiro aspecto é a busca da igualdade. O futebol tem esta característica, como seu campo de jogo dividido em duas metades iguais, cada equipe começa o jogo num tempo que é decidido por sorteio; o time que sofre o gol reinicia a partida; o time que comete falta é punido; quando a bola sai pelas linhas laterais ela é repostada pelo time contrário que tocou na bola pela última vez; todas as decisões da partida são tomadas por um árbitro teoricamente imparcial e bandeirinhas (auxiliares) que não trocam de lado durante o jogo.

Nem sempre o clima é de igualdade, mas as regras foram elaboradas visando isso. Igualdade esta que os torcedores sabem que não tem no trabalho, no lazer, na cidade, no governo. No futebol esta igualdade na vida cotidiana é dramatizada e atualizada pela população.

O segundo aspecto levantado por Daolio (1997) é que o futebol é um esporte jogado com os pés e por ser praticado com a parte inferior do corpo, pode ser assim comparado ao samba, à capoeira e à danças rituais indígenas. Já o terceiro aspecto envolve a necessidade e a importância do drible no futebol. É por meio do drible que o atacante supera a defesa adversária e faz o gol. O drible é um ato de esperteza do jogador. O famoso jogador Garrincha tinha em seus dribles um jeito malandro, e o malandro é aquele que dá um jeito para conseguir levar vantagem em tudo. Segundo DaMatta (1979), a malandragem é um modo de defesa autenticamente brasileiro⁵.

⁵ O estereótipo do típico malandro brasileiro surgiu na primeira metade do século XX. Carregado de um certo romantismo, foi imortalizado pelas letras de samba. O malandro é um sujeito boêmio e que

O quarto aspecto sobre a relação futebol e povo brasileiro é que no futebol há a permissão para a livre expressão individual. O futebol apesar de ser um jogo coletivo permite e incentiva as jogadas individuais. Um chute inesperado, um drible desconcertante, uma arrancada, dá a vantagem de uma equipe sobre a outra. Na vida cotidiana os indivíduos devem cumprir regras sociais, mas há a necessidade de perceber-se como indivíduo único, diferente dos outros.

No futebol o torcedor pode expressar diversos sentimentos como a dor, o confronto, o choro, a emoção, a torcida, a esperança. Toda essa mescla de emoções proporcionadas pelo futebol são especialmente vivenciadas ao assistir aos jogos, seja em casa, nos estádios ou nos bares. E quando os 90 minutos de jogo chegam ao fim o assunto futebol não se dá por encerrado. Pelo contrário, é a partir daí que tudo começa. As conversas, as piadas com os times que perderam, os debates intermináveis nos diversos programas de televisão e de rádio sobre futebol, os vídeos postados na internet com os melhores e piores momentos, a expectativa do próximo jogo, da próxima competição. O futebol, assim, faz parte da sociedade brasileira.

Para entendermos melhor o que significa o futebol para os brasileiros daremos a seguir três exemplos de esportes modernos que são parte da identidade de alguns países. São eles: o críquete na Índia, o rúgbi na África do Sul e o futebol australiano na Austrália.

2.1 O críquete⁶ como esporte nacional indiano

Embora o hóquei seja considerado o esporte nacional na Índia, na verdade o esporte mais popular lá é, sem dúvida, o críquete⁷. Os indianos dizem que o críquete é como o sangue que corre em suas veias, o oxigênio que precisam para respirar, é o que faz a vida valer a pena.

Como qualquer esporte, ele ensina valores aos jogadores como o espírito esportivo, liderança, honestidade, entre muitos outros. Não é só um esporte para o indiano, é um modo de expressar seus sentimentos sobre um time, amor para com o herói da vida real. Na Índia você não deveria ficar surpreso em ver jogadores famosos de críquete como avatares de deuses, heróis ou mesmo cavaleiros. A melhor coisa sobre o críquete é que mesmo com seus limites ele cria uma unidade entre todos os indianos que vai além da religião, sexo, raça, classe social (KHONDKER, 2005).

Foi motivo de muito orgulho para cada indiano quando a Índia venceu o ICC World Cup (Copa do Mundo de Críquete em 2011). Esta vitória trouxe emoção, êxtase, excitação, medo, alegria, dor, nervosismo e muito mais, tanto para os jogadores como para os espectadores, porque um dos elementos mais interessantes do críquete é a imprevisibilidade própria deste jogo. Não se pode dizer qual equipe vencerá até que a última bola seja lançada ou a última corrida marcada. Não se vê 20 pontos sendo marcados em 30 segundos, mas poderá se ver 20 corridas sendo marcadas na última bola. A imprevisibilidade deste jogo é algo que faz este esporte ser tão popular e amado pelos indianos (KHONDKER, 2005).

Mas como o críquete se tornou o esporte nacional indiano sendo que ele foi "importado" da Inglaterra? Singapura, assim como Índia, Paquistão e Bangladesh eram colônias britânicas. Os governantes coloniais deixaram muitos dos legados

⁶ O críquete é um esporte que utiliza bola e tacos, entre 2 equipes, jogam 11 jogadores em cada equipe, num campo sem dimensões fixas, mas sempre muito amplo. Os movimentos principais passam-se numa faixa retangular de 20,1 metros de comprimento, no centro do campo, onde a bola feita de cortiça e couro chega a atingir 150 km/h. Ela é lançada pelo arremessador contra o alvo do adversário (três varetas fincadas no solo, chamadas *stumps*, cujo conjunto é conhecido como *wicket*), defendido pelo rebatedor. O objetivo do jogo é marcar mais "corridas" (*runs*) do que o time adversário. A partida é dividida em "entradas" (*innings* - em inglês, sempre usado com o "s" no final quando se referir ao *cricket*) durante o qual, um time rebate (*bats*) e o outro arremessa (*bowls*).

⁷ De acordo com *The Board of Control for Cricket in India*, disponível em: www.bcci.tv.

culturais que existem nestas regiões, como, por exemplo, a língua (inglês), mas o críquete foi um dos legados mais notáveis. Segundo o famoso escritor britânico de críquete Neville Cardus, um esporte não é um esporte se a multidão é indiferente ou pior, ausente. Ele dizia que o críquete é uma forma de arte e um jogo de cavalheiros, porém com ferocidade. Assim como o beisebol nos Estados Unidos, o críquete teve uma literatura em torno dele. Multidão e literatura são os dois ingredientes mais importantes que a história do esporte é feita.

Os esportes revelam processos sociais e históricos importantes. No caso das ex-colônias britânicas, o críquete é um legado do imperialismo britânico, ao mesmo tempo uma lembrança e uma homenagem ao domínio colonial. Segue então a pergunta: se o críquete é uma imposição colonial por que permanece tão popular? Nossas chamadas "culturas nacionais", não obstante as reivindicações dos nacionalistas fervorosos, não são tão nacionais assim. Muitos dos líderes nacionalistas foram educados na Inglaterra ou em outras metrópoles coloniais. O nacionalismo era um movimento por excelência mundial (KHONDKER, 2005).

A popularidade do críquete, um jogo colonial na Índia não aponta para nenhuma contradição, ele sinaliza algumas tendências importantes no processo de globalização. Primeiro, ele mostra que o colonialismo era mais do que um sistema de exploração econômica e dominação política, mas também foi uma ocasião para a abertura de um diálogo cultural que, por sua vez, abriu caminho para possibilidades cosmopolitas (KHONDKER, 2005).

Na Inglaterra, onde o críquete moderno nasceu, ele era visto como mais do que um jogo. Havia um valor moral especial, permeado por um espírito de desportivismo e *fair-play* que expressa o caráter inglês e é estendido para outras áreas da vida. No críquete, tradicionalmente, os jogadores usavam tudo branco para simbolizar a pureza e os valores puritanos. O críquete para o britânico era um instrumento para civilizar os súditos coloniais, difundindo os valores da moral vitoriana e a construção do caráter.

O críquete representa a lei e a ordem, além de um compromisso com a autoridade e controle das emoções, portanto foi a maneira ideal para socializar nativos (que eram vistos como preguiçosos e revoltados) em novos modos de conduta intergrupais e novos padrões de comportamento público (APPADURAI, 2005).

A incorporação colonial da Índia no sistema econômico capitalista ocidental foi um longo processo histórico. Resumindo, uma classe de lazer foi criada como um subproduto das necessidades coloniais que apadrinharam o críquete. A classe de lazer do passado, as comitivas da realeza, tiveram seus passatempos tradicionais como xadrez, dança, música e outras atividades culturais, mas esta classe criou um novo interesse: o críquete. Como em alguns casos, onde os governantes britânicos procuravam imitar os reis e príncipes locais, a elite local, era igualmente desesperada para imitar os seus mestres ingleses. O críquete, junto com o pólo e o hóquei, são exemplos desses imitativos estilos de vida da elite nativa. Mas ao longo dos anos, o críquete não permaneceu sendo exclusivo da elite. O críquete é agora o recurso por excelência da cultura de massa indiana bem como no Paquistão, Bangladesh e Sri Lanka. Quando as crianças em um beco em Dhaka ou Calcutá jogam críquete com seus tacos improvisados mas com um espírito autêntico, será que eles sabem que são parte de uma cultura colonial, ainda hegemônica, ou de uma prerrogativa da elite? (KHONDKER, 2005).

Seja de um jeito ou de outro o que importa é que o críquete começou a ser adotado pelas comunidades e se tornou o símbolo da modernidade indiana. O críquete em certo sentido desempenhou um papel tanto na criação de um senso de comunidade como um sentimento maior de solidariedade entre as classes. O críquete na Índia de hoje é sinônimo de nacionalismo.

Na celebração do críquete nos países que são ex-colônias britânicas, especialmente no subcontinente indiano notamos os significados da cultura e do colonialismo. Podemos perceber, em relação ao críquete para os indianos, pelo menos quatro características da cultura. Estes quatro pontos podem ser destacados não antes de definirmos cultura de acordo com Raymond Williams (1999), que define a cultura como todo um conjunto de práticas e expectativas, toda a vida, práticas que moldam nossas percepções de nós mesmos e do nosso mundo. É um sistema vivido de significados e valores.

Os quatro pontos mais importantes sobre a cultura de acordo com Williams são: 1) a cultura é relativamente autônoma, ela tem sua própria província, que gira em seu próprio mito, a sua própria nostalgia, a cultura não pode ser diretamente atrelada à economia, a cultura é uma questão de coração; 2) a cultura é fluida, não permanece num reduto exclusivo de uma classe ou grupo para sempre, uma cultura de elite pode se tornar cultura popular, de massa ao longo do tempo; 3) cultura

transcende fronteiras geográficas; e o ponto que mais nos importa é que, 4) características culturais morrem assim como também podem ser construídas, revividas ou transplantadas.

No caso do críquete ele foi inventado na Inglaterra, porém é um jogo que faz parte da identidade indiana. É uma cultura transplantada, mas que se transforma por incorporar as características do povo indiano. Como nos diz Ashis Nandy (1989), o críquete é um jogo indiano descoberto acidentalmente pelo inglês. Como a pimenta (chilli), que foi descoberta na América do Sul e veio para a Índia apenas em tempos medievais para se tornar uma parte inevitável da culinária indiana, o críquete, também, agora é estrangeiro para a Índia apenas de acordo com os historiadores. Para a maioria dos indianos o jogo agora parece mais indiano do que inglês.

Atualmente o críquete tem sido difundido como esporte nacional indiano e tem alcançado grande repercussão no mundo todo⁸. Por exemplo, a Copa do Mundo de Críquete é o principal torneio de críquete do mundo, realizado a cada 4 anos. O evento é organizado pela entidade que comanda o esporte, o Conselho Internacional de Críquete (ICC) e para se disputar a Copa do Mundo, assim como ocorre em outros esportes como o rúgbi e o futebol, as seleções precisam disputar as eliminatórias que levam a uma fase final.

Recentemente, o site *YouTube*, em parceria com a *Indian Premier League* transmitiu ao vivo os jogos da temporada de 2010. Os jogos da *Indian Premier League* eram transmitidos via televisão, mas depois que tiveram difusão via *You Tube* alcançaram 50 milhões de espectadores globalmente em mais de 200 países. A maior audiência foi, sem surpresa, a Índia, porém o surpreendente foi que a segunda maior audiência foram os Estados Unidos, um país não muito conhecido por prestar atenção ao críquete⁹.

Sem dúvida, o críquete faz parte da identidade indiana, trazendo características de seu povo, é jogado e assistido por milhões, significando muito mais que um jogo. Vejamos a seguir o exemplo do rúgbi na África do Sul.

⁸ Na partida pela semifinal da Copa do Mundo de Críquete em 2011 mais de 1 bilhão de pessoas assistiu o jogo entre as seleções da Índia e Paquistão.

Fonte: <http://www.bbc.co.uk/news/world-south-asia-12903246>.

⁹ Fonte: <http://www.internationalcrickethall.com/whats-here/cricket-and-the-media/>

2.2 O rúgbi¹⁰ como esporte nacional sul-africano

Os sul-africanos são apaixonados por rúgbi. O esporte é praticado por todo o país por crianças, jovens e adultos. É uma paixão nacional e, para muitos, quase uma religião. Além disso, ele representa a união porque pode ser jogado por atletas e gente de todas as classes. Mas com o rúgbi isso não foi sempre assim.

Em 1948 foi implantado na África do Sul o Apartheid (vida separada, em africâner), que era um regime no qual os brancos detinham o poder político e econômico, em detrimento dos demais povos, que, além de terem que viver separadamente, não possuíam seus direitos de cidadania assegurados. Durante quase todo o século XX a sociedade sul-africana ficou marcada pela segregação racial. Os negros não podiam frequentar as praias, os bairros, as escolas e as universidades, ônibus e vagões de trem dos brancos. Oficialmente, eram proibidos de pertencer às seleções nacionais de qualquer modalidade esportiva.

Por esse motivo a África do Sul foi banida completamente da FIFA e pelo COI (Comitê Olímpico Internacional). As modalidades mais praticadas naquele país africano eram e ainda são: o rúgbi, o críquete, o futebol e o boxe. O rúgbi sempre foi associado à dominação branca, racista e repressora, visto que era praticado pela elite. O rúgbi emergiu como o esporte da África do Sul branca e era o principal esporte jogado por essa população, mas as raças mistas e os negros assistiam aos jogos (BLACK; NAURIGHT, 1998).

Os negros também jogavam, mas tinham outras ligas organizadas, separadas das ligas dos brancos. A *International Rugby Board* (IRB), manteve os Springboks (nome do time de rúgbi sul-africano) em sua federação durante o Apartheid, mas eram proibidos de disputarem torneios internacionais. Mesmo assim, o rúgbi foi a referência esportiva do Apartheid.

Em 1990, o regime de segregação interna chegou ao fim e, em 1994, Nelson Mandela, negro, líder do Congresso Nacional Africano, foi eleito presidente da África do Sul. Em 1995, o país foi aceito pela primeira vez em uma competição internacional, a Copa do Mundo de Rúgbi e, além disso, o país sediou o mega

¹⁰ O rúgbi (rugby) é um esporte coletivo praticado com as mãos e com uma bola. É um jogo muito parecido com o futebol americano. O objetivo é fazer o maior número de pontos. Cada time no rúgbi tem 15 jogadores titulares e 6 reservas. A bola de rúgbi tem o formato oval e é feita de couro semelhante à bola de futebol.

evento. Embora os Springboks fossem formados quase que exclusivamente por brancos, com exceção de um jogador negro, Chester Williams, pela primeira vez o país era legitimamente representado em nível internacional por uma seleção multirracial. Os sul-africanos estavam unidos e eufóricos em torno de um objetivo em comum: a conquista da Copa do Mundo.

Nesta época, o presidente Nelson Mandela usou o rúgbi como instrumento político para a reconstrução das identidades, sobretudo a nacional. A vitória serviu como elemento de união nacional. Em 2013, o rúgbi ainda é o esporte favorito dos *afrikaaners* (descendentes de alemães, franceses e majoritariamente holandeses, os brancos). Mas agora, ele se distancia de seus antigos estereótipos a procura de um caminho democrático, sem objeções quanto à entrada de jogadores negros nos times regionais e na equipe nacional (com cerca de 40 jogadores).

O papel do esporte desenvolve assim uma socialização política, particularmente forjando as identidades nacionais. Black e Nauright (1998) argumentam que mesmo que o esporte seja conservador e orientado pela influência do *status quo* ele submerge as diferenças e faz muitos membros da sociedade (especialmente os homens) a se sentirem bem sobre sua própria comunidade. Pode ainda servir como uma poderosa força para mudanças sociais e, por causa da imensa popularidade, tem a capacidade de penetrar na imaginação popular e contribuir para o importante processo de ressocialização e mudança, embora indiretamente e a longo prazo.

Na África do Sul dizem que os Springboks não jogam só pelo rúgbi, é algo a mais, algo emotivo. Eles jogam pela transformação do seu país. A Copa do Mundo de Rúgbi é o terceiro mega evento esportivo mais visto no mundo depois dos jogos Olímpicos de Verão e da Copa do Mundo FIFA. O torneio de 2007 teve uma audiência televisiva de aproximadamente 4,2 bilhões de pessoas¹¹.

Portanto, o rúgbi além de ter sido usado como um instrumento político contra a segregação racial na África do Sul se torna a paixão e orgulho deste povo, faz parte de sua história, de sua identidade como cidadãos. Nosso último exemplo se refere a um jogo que não foi importado, mas, inventado por seu próprio povo: o futebol australiano.

¹¹ Fonte: *International Rugby Board*. Site: www.irb.com

2.3 O futebol australiano¹² como esporte nacional australiano

O futebol australiano, também chamado de *Aussie Rules* ou *Australian Rules*, é o esporte mais popular da Austrália. É um esporte de contato, muito parecido com o rúgbi. Embora pareça uma derivação do rúgbi inglês, o jogo é essencialmente uma invenção australiana.

A Austrália tem uma herança britânica por ter sido uma ex-colônia da Inglaterra e isso pode ser visto como um fator importante no estabelecimento de sua identidade nacional, com a evidência de ideologia e costumes que permeiam tradições jurídicas e culturais australianas similares às britânicas. O significado do esporte, por conseguinte, na definição da identidade australiana relaciona-se tanto a forma como o esporte foi utilizado para instalar valores "tradicionais" para a sociedade australiana, como o grau em que estes valores foram abraçados e cultivados.

Embora o rúgbi e o críquete sejam muito praticados, é interessante notar que o esporte mais popular da Austrália é o *Australian Rules*, futebol australiano ou como carinhosamente é chamado 'footy'. Os australianos se orgulham de ter inventado seu próprio jogo, mas, não podemos negar sua fortíssima inspiração no rúgbi e no futebol (soccer), ambos esportes bretões.

Os australianos são muito orgulhosos de tudo que é '*Australian made*'. Como o 'footy', ou o '*Australian Football Rules*', eles dizem que o jogo é australiano em sua origem, australiano em seu princípio, e, essencialmente australiano em seu desenvolvimento.

As evidências mostram que este jogo embora inspirado nos esportes ingleses não tem uma relação tão forte com o rúgbi ou outros jogos indígenas, mas como qualquer outro esporte, especificamente na Austrália, tem abraçado e refletido como uma chave para a moderna natureza multicultural do país. O futebol *Aussie Rules* tem sido para os australianos uma matriz étnica, religiosa e racial para aceitação, embora não seja um caminho fácil para alguns.

¹² O jogo é praticado em um campo oval de comprimento entre 135m e 185m de comprimento, por entre 110m e 155m de largura (o mesmo tamanho e formas usados no críquete), é um esporte de contato. O jogo é disputado por 2 equipes de 18 jogadores em quatro tempos de 20 minutos cronometrados começando quando o juiz no centro do campo bate a bola com força ao chão, fazendo-a levantar podendo ser pega por qualquer uma das duas equipes (algo similar ao basquete). O jogo é praticado segurando-se a bola com a mão e batendo-a no chão a cada 15 metros.

Socialmente, o esporte na Austrália tem sido visto como um modo dos 'batalhadores' e a classe oprimida subir na escala social, como um meio das culturas minoritárias expressarem seu próprio senso de identidade e como um foco comum em expressar o senso de humor satírico australiano (VEAL; LYNCH, 2001).

Desde a década de 1960, além da influência britânica decorrente da colonização, há uma importante influência norte-americana no que diz respeito aos esportes, e o esporte tornou-se então um meio de adoção dos valores americanos. Um exemplo disso se refere ao baseball e ao basquete, que na Austrália tem seus técnicos, jogadores, materiais e regras importados dos EUA. Estas importações entrelaçam-se com versões e adaptações caseiras do esporte, como o caso do futebol australiano (Aussie Rules), com seu código, cultura e folclore únicos (VEAL; LYNCH, 2001).

Embora na Austrália exista a mistura de muitas culturas, muitos povos, alguns esportes são jogados especificamente por alguns deles, por exemplo, no basquete sempre há a presença forte de vários jogadores negros americanos, no futebol australiano o forte é a presença dos brancos embora o número de aborígenes neste esporte tenha crescido ultimamente, já no futebol (soccer), em corridas e no críquete a presença maior é de jogadores aborígenes.

Com relação ao futebol australiano, independentemente de onde vêm seus jogadores profissionais, os espectadores assistem com muita frequência. A cobertura televisiva do *Aussie Rules* é massiva. O esporte em alto nível é muito popular, conta com torcedores muito mais 'fanáticos'. Com canais abertos às vezes transmitindo 24 horas de 'footy', a *Australian Football League* assegurou um acordo em 2006 que beirava um bilhão de dólares australianos por quatro anos consecutivos de transmissões em canais abertos e pagos. Uma das maiores audiências televisivas de um jogo de futebol australiano foi numa sexta-feira em 2012, quando 1,522 milhões de telespectadores assistiram ao jogo entre Carlton e Collingwood. Além disso, todas as noites de jogo da temporada de 2013 ultrapassaram 1,1 milhões de telespectadores¹³.

Novamente aqui vemos que os australianos são orgulhosos de sua invenção esportiva, se identificam com o jogo que representa seu país. Podemos concluir assim que o futebol australiano, o rúgbi para os sul-africanos e o críquete para os indianos são esportes considerados muito mais que um simples jogo. Estas nações

¹³ Fonte: AFL (Australian Football League) - <http://www.afl.com.au/afl/search?query=audience>

respiram estes esportes, vivem em torno disso, usam seu tempo de lazer para praticar e assistir a eles. Isso é muito parecido com o que acontece com o futebol no Brasil, este esporte vai além de ser um simples jogo, ele identifica o povo brasileiro, o Brasil respira futebol.

Segundo Christian Bromberger (2008) os esportes são privilegiados laboratórios de análise dos processos de globalização ou de resistência cultural. Podem ser estudados sob os diferenciados mecanismos de apropriação, tanto sob o ângulo da prática como do espetáculo, bem como por meio da adaptação estilística de práticas exportadas a partir do solo britânico (como é o caso do futebol, do rúgbi e do críquete).

Eduardo Archetti (1995, p. 76) analisa esses processos de apropriação em seus trabalhos sobre a crioulização do futebol e do pólo¹⁴ na Argentina, esportes que “foram transformados em algo diferente, em uma tradição constituída de um estilo local, uma nova maneira de fazer as coisas”. No caso do futebol, foi colocado em prática um estilo terrestre, com passes curtos, diferente do estilo aéreo, diferente dos “inventores” ingleses. Podemos dizer ainda que os brasileiros também desenvolveram um estilo de jogo diferente dos ingleses e dos argentinos com muitos passes e dribles.

Essas reflexões que realizamos aqui sobre as apropriações e diferenciações de esportes tradicionalmente britânicos por suas ex-colônias mostram que o esporte pode ser criativo, reinventado, reapropriado e pode se tornar uma ferramenta na qual uma nação pode falar e ser representada.

Os esportes modernos para estas nações aqui elencadas são muito mais que um jogo. Sobre esta questão faremos alusão à briga de galos balinesa observada, narrada e interpretada pelo antropólogo Clifford Geertz, em 1958. Com prudência relativizaremos as comparações entre os balineses e as sociedades modernas pois são épocas, realidades e cenários completamente diferentes. Porém, este episódio citado por Geertz (2011) nos dá uma ideia coerente com relação ao esporte e especialmente o futebol como um “jogo absorvente”. Concordamos com Damo (1998) a respeito desta comparação quando ele nos diz que jogadores não são galos nem o futebol uma rinha e, tampouco, os brasileiros são balineses. O esporte,

¹⁴ O pólo é um esporte que se joga a cavalo, no qual quatro jogadores por equipe se enfrentam golpeando uma pequena bola de plástico ou madeira, com um taco longo, no qual o objetivo é marcar gols contra a equipe rival. É um esporte muito popular na Argentina.

especialmente o futebol não pode ser reduzido a simples metáforas e alegorias. Entretanto, um jogo será sempre um jogo, mais ou menos absorvente de acordo com o risco e a tensão por ele despertado. A briga de galos, o futebol, o rúgbi, o críquete ou o futebol australiano podem ser apreciados somente como um espetáculo, para isto basta que se entenda pelo menos um pouco deles. Porém, eles se tornam “absorventes” ou espetaculares porque podemos identificar nestes esportes a história e a tradição para com suas nações e seus povos.

Especialmente sobre o futebol, podemos dizer que é um jogo “absorvente” (GEERTZ, 2011, p.198), no sentido de “*não a razão, (...), porque elas são interessantes, a fonte da sua fascinação, a substância da sua profundidade*”. O jogo absorvente leva os espectadores para “fora do reino das preocupações formais, para reinos mais amplamente sociológicos e sociopsicológicos”. O jogo absorvente faz a pessoa a agir e falar coisas que no cotidiano não faria.

A briga de galos coloca “[...] em foco essa espécie de experiência variada da vida cotidiana, que a briga de galos executa, colocada à parte dessa vida como apenas ‘um jogo’ e religada a ela como ‘mais do que um jogo’” (GEERTZ, 2011, p. 211). Podemos aqui nos apropriar desse trecho ao observarmos como o futebol é vivido em nossa sociedade, já que grande parte da sociedade brasileira se revela por meio de uma partida de futebol (VOGEL, 1982; DAOLIO, 1997; DAMATTA, 1982; GUEDES, 2009).

Essas modalidades: o críquete, o rúgbi, o futebol australiano bem como o futebol brasileiro são parte importante da identidade de seus povos, e a partir do estudo destes esportes como um “jogo absorvente” podemos estudar as sociedades. A briga de galos é inquietante não pelos seus resultados materiais, mas ela une o orgulho à noção do eu, a noção do eu aos galos e os galos à destruição, o que leva à realização imaginativa uma dimensão da experiência balinesa que normalmente não fica muito clara. O mesmo acontece com o críquete na Índia, onde os jogadores são tidos como deuses e heróis; o rúgbi na África do Sul, que promove o orgulho do povo africano com o fim da segregação racial; o futebol australiano na Austrália que se mostra empreendedor e criativo com a invenção de um jogo próprio e o futebol brasileiro, no qual em quatro e quatro anos durante a Copa do Mundo, o país se reiventa e se avalia.

Esse jogo absorvente, ou como na versão original em inglês de Geertz “*deep play*”, as brigas de galo são como brincar com fogo, porém sem o risco de se

queimar. Sejam nestas antigas brigas de galos ou nos esportes modernos, especialmente o futebol, rivalidades e hostilidades são incitadas sob uma forma de 'brincadeira', chegando perigosa e maravilhosamente próximo à expressão de uma agressão aberta e direta, interpessoal e intergrupai, algo que geralmente não acontece (com exceção das brigas de torcidas) porque trata-se apenas de uma 'briga de galos', ou apenas um jogo mas, ao mesmo tempo, muito mais que um jogo.

3 O LAZER E A ASSISTÊNCIA AO FUTEBOL

É muito comum falarmos do esporte como uma atividade de lazer. Mas qual o significado do esporte na contemporaneidade? O esporte tem uma autonomia com suas normas, gestos, valores, objetos, espaços e temporalidades especiais. Enquanto o trabalho tem a ver com dever, obrigação e conseqüentemente produção, o esporte como lazer é uma atividade paradoxal porque não é produtiva no sentido de produzir uma transformação da natureza ou da sociedade. É uma esfera da vida que nega o utilitarismo dominante e por isso promove um efeito de pausa, de descontinuidade do trabalho (DAMATTA, 1994).

Podemos levantar aqui algumas características, portanto, do jogo e esporte. Quando falamos em jogo concordamos com a definição de Huizinga (1971, p.33) como sendo "uma atividade ou ocupação voluntária, exercida dentro de certos e determinados limites de tempo e de espaço, segundo regras livremente consentidas, mas absolutamente obrigatórias, dotado de um fim em si mesmo, acompanhado de um sentimento de tensão e de alegria e de uma consciência de ser diferente da "vida cotidiana".

Roger Caillois (1990) em sua obra: "Os jogos e os homens", retrata a classificação dos principais elementos que ele considera como constituintes dos jogos humanos. São eles: *agôn* (competição) – são os jogos competitivos, de combate, duelos, por exemplo, jogos de tabuleiro, e esportes em que há adversários; *alea* (sorte/azar) – são os jogos de sorte ou azar, em que o adversário é o próprio destino, por exemplo, roleta, bingo, loterias, entre outros; *mimicry* (mimetismo) – jogos de imitação dos animais, crianças, atores, incluindo o espetáculo que competidores oferecem ao público; *ilinx* (vertigem) – são os que provocam a destruição da estabilidade da percepção e o pânico da consciência lúcida, jogos de vertigem física e moral, por exemplo, rodar, rodopiar, escorregar, balançar, dançar e em ser cada vez mais veloz no esqui, no volante de um carro, controlando um cavalo ou uma moto, passear de montanha russa. O autor comenta ainda que o jogo tem pelo menos uma destas características, mas que alguns podem contemplar duas ou mais.

Segundo Elias e Dunning (1992), a maior parte das atividades de lazer pertence à categoria mimética. A esta categoria pertencem, segundo os autores,

uma ida ao teatro ou um concerto, um desporto, a música e a dança e ver televisão. São atividades de tempo livre que possuem o carácter de lazer, quer se tome parte nelas como atuante ou espectador. É um fenómeno no qual pode se ter uma excitação agradável e que cumpre a quebra da rotina.

O termo mimético, neste caso, não é utilizado em seu sentido literário "imitativo". Elias e Dunning (1992) comentam que desde a Antiguidade era usado num sentido mais alargado e figurado para se referir a todas as espécies de formas artísticas na sua relação com a 'realidade', quer possuíssem um carácter de representação ou não. Na teoria destes autores, o termo deve ser compreendido com o sentido de uma "relação entre os sentimentos miméticos e as situações sérias específicas da vida" (p.125-126). Nas situações sérias da vida, as pessoas podem perder o controle e assim tornar-se um perigo para si e para outros. A excitação mimética, na perspectiva social e individual, é desprovida de perigo e proporciona às pessoas experimentarem a explosão de fortes emoções em público, um "tipo de excitação que não coloca em risco a ordem da vida social" (p.112), como ocorre nas situações sérias da vida. Portanto, as funções específicas do esporte de maneira geral associado ao termo lazer especialmente as atividades miméticas são estabelecidas relativamente à estabilidade do controle das emoções.

Os autores ainda afirmam que no lazer, as fantasias de jogo e emoções de todos os gêneros são muito mais permitidas do que na vida cotidiana, ou de não lazer das pessoas, mas são fantasias socialmente padronizadas e comunicadas, cristalizadas numa sinfonia, numa peça de teatro, num jogo de futebol.

Elias e Dunning (1992) ainda sobre o lazer comentam que a sociabilidade é um dos seus elementos básicos e desempenha um importante papel na maioria das atividades de lazer. Pode-se dizer que o elemento do prazer é o sentimento agradável vivido por se estar na companhia de outras pessoas sem obrigação ou dever, somente pelo gosto. Eles comentam sobre o prazer que as pessoas têm nas reuniões sociais que parece se relacionar com se consumir bebidas alcólicas. A explicação médica da ingestão de álcool não consegue explicar porque as pessoas bebem em reuniões sociais. Não é suficiente dizer que a "depressão dos centros inibidores do cérebro com a ingestão de álcool produzem um sentimento de bem-estar". Se assim fosse, as pessoas ficariam em casa bebendo. Muito provavelmente as pessoas bebem acompanhadas porque pela depressão dos centros inibidores do cérebro a estimulação amigável recíproca é facilitada a um nível relativamente

elevado de emotividade, que é a essência da sociabilidade do lazer. O álcool promove abertura a uma divertida excitação mútua que contrapõe as obrigações e rotinas diárias.

No contexto dos fatos miméticos as pessoas podem experimentar medo e riso, ansiedade e amor, simpatia e antipatia, amizade e ódio além de muitas outras emoções e sentimentos, na vida cotidiana também. Porém, no contexto mimético, todos os sentimentos e os atos dominados pelas emoções podem se transpor. A quebra da rotina, o despertar socialmente consentido de emoções em público está sujeito a formas de controle pela sociedade. O esporte, seja para os jogadores ou espectadores, promove uma excitação agradável sob uma forma socialmente limitada e controlada. Entretanto, a excitação criada pode ser intensa, especialmente em acontecimentos de esporte de alto nível que atraem grandes multidões (ELIAS; DUNNING, 1992).

Para alguns grupos na sociedade atual, o esporte tornou-se quase uma religião. Jogar ou assistir um esporte se constitui um dos principais meios de identificação coletiva na sociedade moderna e uma das principais fontes de significado na vida de muitos.

O futebol é um fenômeno que faz parte do lazer dependendo da maneira como é vivenciado. Além da prática, podemos assistir aos jogos de futebol, presencialmente nos estádios, bem como pela televisão em casa ou em bares. A assistência¹⁵ é um dos gêneros do lazer, porém tem sido pouco estudada e muitos criticam este gênero, ao compreender o ato de assistir televisão como uma atividade passiva.

Dumazedier (1980) diz que é fundamental considerar outras dimensões dos gêneros do lazer além da prática: o conhecimento e a assistência ao espetáculo esportivo, por exemplo, se tornam importantes para se entender os interesses físico-esportivos no lazer. Cabe aqui salientar as categorias elencadas pelo autor ao falar dos interesses do lazer. Por interesse, se entende o “conhecimento que está enraizado na sensibilidade, na cultura vivida” (p.110). A classificação destes

¹⁵ Referimo-nos à assistência como um dos gêneros do lazer propostos por Dumazedier (1999, p. 103): gênero produtivo (realização, expressão); não produtivo (observação, contemplação ou **assistência**). Marcellino (2012) também aponta três gêneros do lazer: prática, informação e **assistência**. Portanto, entendemos a assistência aos jogos de futebol pela televisão como sendo uma atividade de lazer.

interesses ou conteúdos culturais mais aceita é: interesse físico-esportivo, artístico, intelectual, manual, social e turístico.

A separação em diferentes interesses ou conteúdos é relativa, pois há a possibilidade de vivenciar o lazer escolhendo mais de um ou até mesmo vários interesses ao mesmo tempo. A distinção é estabelecida em termos de predominância, representa escolhas subjetivas, o que evidencia uma das principais características do lazer: a opção (MARCELLINO, 2012).

Novamente destacamos que em relação ao interesse físico-esportivo não podemos nos limitar a pensá-lo somente no nível da prática. A questão é ampla e complexa, e ao se tratar deste interesse não podemos confundir a prática ou a assistência ao esporte, por exemplo, com uma atitude ativa ou passiva respectivamente. Interesses físico-esportivos se relacionam com a participação ativa e voluntária do sujeito em atividades que se relacionam com a cultura física, ou seja, tanto na prática esportiva como na assistência ao espetáculo.

Ainda é muito frequente a oposição, em nível de valores, a prática esportiva como sendo boa e a assistência ao espetáculo como sendo mau. Deve-se aprender a viver a cultura esportiva, seja pela prática, seja pela assistência. Para os que serão praticantes, procura-se desenvolver como lazer, aspectos da prática do esporte e para os que irão assistir, o desenvolvimento de qualidades necessárias à assistência ao lazer esportivo (DUMAZEDIER, 1980).

Dumazedier (2004) fala da atividade e passividade no lazer. Ele enfatiza que a atividade de lazer em si mesma não é passiva ou ativa, mas a questão é a atitude que a pessoa assume com relação à atividade decorrente do próprio lazer. A atitude ativa e a passiva não são opostas. Em alguns momentos uma se sobrepõe a outra. Podemos citar três implicações fundamentais da atitude ativa:

1. pelo menos periodicamente uma participação consciente e voluntária na vida social, um certo grau de responsabilidade na vida de um grupo, sociedade, como por exemplo na família, na empresa, etc;
2. participação consciente e voluntária na vida cultural, opondo-se às práticas rotineiras, imagens estereotipadas e as ideias preconcebidas de determinado meio social, por outro lado deve haver um esforço para se considerar, compreender, explicar e utilizar os produtos da técnica, das ciências e das artes e recorrendo, em alguns casos, a criação e invenção;

3. exige um progresso pessoal livre pela busca, na utilização do tempo livre, procurando um equilíbrio entre descanso, distração e desenvolvimento.

Estes pontos citados acima se referem a atitudes ativas e passivas de modo geral, porém o ponto que gostaríamos de destacar se refere à atitude dos espectadores de jogos de futebol. Dumazedier (2004) comenta quais as características de um espectador ativo com relação a um filme cinematográfico. Podemos, entretanto, fazer uma comparação destas características com a assistência ao jogo de futebol.

Segundo o autor, a atitude ativa é, em princípio, *seletiva*. O espectador escolhe o jogo que deseja assistir, não o faz só por não ter nada para fazer. O espectador ativo também escolhe sua fonte de informação, a respeito do evento que irá assistir, ele pode usar a internet, o jornal, o rádio e a própria televisão para sua escolha.

Com relação ao futebol ele é *sensível* às imagens, aos movimentos, aos sons, ao evento como um todo. O espectador cria um estado de disponibilidade para viver aquele momento, é o “sonho acordado”, muitos se imaginam naquela situação. O espectador ativo é *compreensivo*. O jogo, as narrações possuem uma linguagem específica e um vocabulário que são próprios do esporte. O espectador ativo procura decifrar o jogo. Mesmo que a fala e a narração sejam pobres, isto não o impede de apreciar o jogo e após o término deste ele procura analisar quais as impressões que lhe foram causadas. Podemos notar quando após um jogo ficamos analisando como seria se aquele jogador não tivesse errado um pênalti ou se o juiz não tivesse errado aquele impedimento.

O espectador ativo também passa a *apreciar* o jogo, fazendo comparações com outros jogos e isolando o espetáculo da vida real. O espectador procura a explicação, sendo o ponto de partida para uma pesquisa sobre regras, estilo de vida, dados sobre o esporte, história dos jogadores, dos times, das localidades, da cultura e da sociedade. Por fim, o espectador ativo *comunica* suas aquisições culturais, seu conhecimento a outras pessoas, no papel de informante ou animador de seus amigos e família.

Um elemento relacionado tanto ao lazer como à assistência ao espetáculo esportivo é a televisão, pois esta tem se tornado um fenômeno de lazer que tende a ser comum a quase todas as classes sociais, faixas etárias, sexo, entre outras. Para muitas pessoas assistir televisão é uma ocupação do tempo livre, sendo essa uma

característica determinante do que o público espera dos programas de TV. Porém, esta expectativa é um pouco complexa, pois envolve um desejo de evasão e participação, entretenimento, informação e formação desinteressadas (DUMAZEDIER, 2004).

A televisão tem como um de seus aspectos o aglutinador, que além do ponto de vista espacial pode ser visto em termos de interesse e conteúdos de conversa. A distinção entre prática e consumo é acompanhada em geral por juízos de valor. A prática sempre valorizada se opõe aos perigos da passividade do consumo (MARCELLINO, 2012).

Sobre o consumo dos espetáculos esportivos Damo (2005) nos apresenta uma perspectiva muito interessante:

A prática e a contemplação esportiva podem ser consideradas atos educativos, sejam eles atinentes ao domínio das técnicas corporais, das sensibilidades estéticas ou dos controles/descontroles emocionais (pp. 43-44).

Sobre este assunto Dumazedier (1980) salienta que a cultura de admiradores resulta da preparação à assistência ao espetáculo, é uma formação do espírito crítico relacionado à qualidade do jogo, à atitude dos jogadores, do público, entre outros e também supõe exercícios de crítica ao espetáculo, da mesma forma como se faz a um texto literário ou a uma obra de arte. Ele ainda comenta que em se falando de crítica existem os amadores, que por serem menos dotados continuam como espectadores e outros por terem dons especiais se profissionalizam, tornando-se críticos competentes e habilitados para traduzir o espetáculo em termos técnicos, científico, estético e até mesmo social. Tornam-se assim, capazes de informar a sensibilidade dos espectadores e de formar seu espírito crítico.

Por outro lado, segundo Gastaldo (2000) alguns afirmam que os espectadores de espetáculo esportivo pela televisão são “leigos” e meros consumidores de eventos e que isso os tem afastado da prática e os tornam espectadores passivos, que apenas consomem os produtos da mídia sem expressar criticidade. Porém, acreditamos ser um equívoco associar a assistência à passividade. Segundo Marcellino (2012) tanto a prática como o consumo podem ser ativos ou passivos. O autor questiona a valorização como “inferior” ou “superior” em relação a se participar passivamente ou praticar uma atividade. Para o autor, o que é determinante é a atitude do indivíduo em relação à prática ou ao consumo. Sendo assim, o

espectador pode ser até mais ativo que o praticante. A diferença entre uma atividade ser ativa ou passiva não está no gênero, mas sim no nível de participação da pessoa envolvida. Estes níveis podem ser classificados em três estágios: elementar, que é caracterizado pelo conformismo, repetição sem se pensar no que se faz ou assiste; médio, onde existe a criticidade; e superior ou inventivo, quando se usa a criatividade.

Concordamos com Marcellino (2012) quando diz que as barreiras socioeconômicas e o baixo nível educacional contribuem para o consumo da indústria cultural. Vejamos o caso do futebol: existem bares que cobram pela entrada do espectador/cliente para que desfrute do jogo disponível. Mas existem muitos bares que não cobram esta taxa e apenas exigem que o cliente consuma algo no estabelecimento, daí pode-se assistir o jogo confortavelmente sentado numa mesa. Enquanto isso, para assistir um jogo no estádio, o espectador tem que desembolsar pelo menos R\$ 30,00, que é o valor mínimo de entrada no estádio (na maioria dos campeonatos estaduais e regionais¹⁶) sem contar o que gastará com deslocamento, estacionamento, alimentação e bebidas. O bar acaba se tornando muito atrativo neste sentido. Como o próprio autor salienta, será que o consumo, assistir o esporte, não favorece a manifestação dos interesses sociais no lazer, num "grupo de interesse"?

Vemos como fundamental os espectadores terem acesso a elementos que contribuam para que possam realizar uma leitura de qualidade dos conteúdos difundidos pela mídia, de modo a apreciarem o esporte telespetáculo¹⁷, mantendo uma atitude ativa diante do conteúdo assistido. Nesse sentido, instituições como as escolas são espaços privilegiados para a mediação de significados atribuídos ao esporte pela mídia.

Gastaldo (2000) destaca que a interpretação que fazemos da realidade é sempre mediada pela cultura. Se considerarmos a cultura de cada grupo como os "significados compartilhados" pelos membros deste grupo, notaremos que a noção de realidade de cada indivíduo é cultural e socialmente construída dependendo do grupo ou sociedade em que esse indivíduo se insere. A produção de sentido/significado também é produção de cultura e permeia todas as instâncias de

¹⁶ Preço médio mínimo em 2012.

¹⁷ Esporte telespetáculo segundo Betti (1998) é o esporte veiculado pela televisão, editado e pré-interpretado.

qualquer sociedade. Atribuir significados implica em definir a realidade e acaba sendo uma relação de poder.

A mídia e seu acesso ao esporte tem papel importante na questão de difundir significados e de certa maneira define uma realidade para o espectador. Hoje não há como pensar o universo do esporte espetáculo sem a sua apropriação pela mídia. A apropriação midiática do esporte perpassa a experiência 'direta' de assistir a um jogo de futebol no estádio. Muitos torcedores (presentes no estádio) acompanham a partida com um olho no gramado e outro no rádio ou celular. A experiência direta, pura, dissolve-se, e se acrescenta à própria experiência à "autoridade do discurso do locutor e dos comentaristas" (p.2), dizendo o que o espectador está vendo, definindo a "realidade" dos fatos do jogo (GASTALDO *et al*, 2005).

O esporte era originalmente uma atividade para ser "praticada", mas com o crescimento da comunicação de massa ele se torna um espetáculo para ser "assistido". Gastaldo *et al* (2005) ainda afirmam que com o aumento dos espectadores aumenta-se o número de pessoas que necessitam "compreender" o que há para ser visto, conseqüentemente há uma demanda por "comentaristas", que "traduzem" o jogo reforçando o profissionalismo.

Ainda tratando da relação entre esporte e lazer, Archetti (1999) nos traz um ponto de vista interessante ao dizer que os esportes, os jogos e a dança se constituiriam em "zonas livres" nas sociedades modernas, espaços para a "liberdade e criatividade cultural". Segundo o autor, nesse mundo transnacionalizado contemporâneo, essas "zonas livres" tem a função de recriação, reinventando as identidades regionais e nacionais. Além disso, quando falamos em liberdade e criatividade nos lembramos das características do lazer na questão da liberdade de escolha e num nível médio e superior por ser crítico e criativo, ou seja, um lazer ativo. Entretanto temos que considerar que a liberdade e a criatividade não ocorrem por si só, elas tem de ser construídas.

Marcellino (2012) afirma que alguns dos traços definidores do lazer são a livre escolha e um caráter desinteressado sobre a atividade escolhida, ou seja, não se busca outro objetivo além da satisfação na própria atividade. Sendo assim, será que a assistência aos jogos de futebol pela televisão não demonstram essas características? Pela televisão há diversos canais com jogos de inúmeros campeonatos, além dos programas de debate sobre o assunto em praticamente

todos eles. O futebol ao se tornar um esporte a ser “assistido” possui características próprias, existem várias formas de se assistir e torcer, vejamos quais são elas.

3.1 A assistência ao futebol

No Brasil, podemos notar um grande público frequente aos jogos nos estádios de futebol. Neste espaço/equipamento de lazer, existe a presença de torcedores comuns e também das torcidas organizadas/uniformizadas. Elias e Dunning (1992) afirmam que todo esporte se encontra orientado para satisfazer os jogadores e espectadores. Mas o espetáculo é a audiência de jogo, é a transformação do jogo em esporte. Ainda dizem que sempre que um grande número de pessoas assiste a um acontecimento esportivo este se transforma em espetáculo realizado em função dos espectadores.

Nos estádios as multidões podem desfrutar desse espetáculo que tem grande poder de sedução visual e auditivo, e, como grupo ou torcida se tornam atores ativos de um espetáculo em espaço aberto. Este é um cenário em que atores e espectadores estão separados, mas são estabelecidos elos sociais e simbólicos. Segundo DaMatta (1994), são estes elos no Brasil que transfiguram o moderno *fan* (de *fanatic* - fanático) em torcedor. Aquele que contorna e retorce o seu corpo para que seu time seja vencedor. O torcedor é aquele que urra dentro do estádio. O torcedor cria o espetáculo.

O historiador Rubim Aquino no livro "Futebol: uma paixão nacional" (2002) traz um relato minucioso sobre a história do futebol. Nesta obra Aquino descreve como eram os espectadores dos jogos em uma época que o futebol ainda era uma prática esportiva extremamente elitista e racista, praticado exclusivamente por brancos não se admitindo a participação de negros, mestiços ou brancos pobres. Ele conta que nas arquibancadas os torcedores-homens se vestiam de terno, colete e chapéu, as torcedoras com vestido até o tornozelo, mangas até os pulsos, chapéus grandes e artísticos e sombrinhas para protegê-las do sol. Como tinham de conter suas emoções, torciam em suas mãos um lenço de algodão, por isso a palavra "torcedor". É interessante notar que quando o jogo terminava, os jogadores e torcedores confraternizavam tomando uísque, conhaque ou cerveja, era uma festa social.

Atualmente a mídia, especializada no futebol, é um verdadeiro manual para o torcedor. Tabelas dos jogos de todos os campeonatos, comentários sobre as jogadas, informações dos jogadores, clubes, contratações, análises das jogadas utilizando tecnologia de computador ajudam o torcedor a assistir o jogo e o transforma num grande espetáculo. Mesmo que os sujeitos não disponham de tecnologia durante um jogo no estádio é possível se informar de tal forma que a sensação é de dominar tudo sobre aquele jogo.

Toledo (2000), também destaca as formas de torcer fora do campo. A assistência foi um termo muito usado na imprensa esportiva até a década de 1930, que definia o status dos torcedores mais populares em contrapartida com os sócios dos clubes. Mesmo os que eram contra o futebol desaprovavam o uso dos esportes pelas camadas populares. Assistir aos jogos era então uma atividade ainda mais inútil que praticá-los. A incompreensão das atitudes daqueles que vivenciavam o futebol do ponto de vista da assistência aparecem até hoje.

Como assistir a um jogo de futebol hoje no Brasil? Existem diversas formas para isso. Uma delas obviamente é assistir ao jogo presencialmente em um estádio de futebol. Para isso muitos elementos estão envolvidos, que variam dependendo do nível da competição e do jogo que se deseja assistir. A primeira é o custo do ingresso¹⁸, que não costumam ser baratos. Além do custo do ingresso, há o custo do deslocamento da pessoa até o estádio que pode variar de um bairro a outro, de uma cidade a outra ou de um estado ao outro. Podemos adicionar também o valor de estacionamento caso a pessoa vá de carro, além de um custo extra para alimentação dentro do estádio.

Outra maneira de se assistir a um jogo de futebol é pela televisão. Isso pode ser feito em casa ou em lugares públicos como os bares. Sobre esta prática falaremos mais adiante. Com relação à assistência nos estádios podemos levantar alguns dados relevantes. Nos jogos do Campeonato Brasileiro de 2012, a média do público pagante foi de 12.983 pessoas, essa média equivale a uma ocupação de apenas 41% nos estádios. O maior público do campeonato foi 62.207 e o menor de 449 pessoas¹⁹. Isso nos mostra que a maior parte da população assiste aos jogos

¹⁸ Um ingresso para a arquibancada geral (ingresso mais barato) durante os jogos do Campeonato Paulista de 2012 custavam em torno de R\$ 30 reais, já os jogos considerados especiais entre grandes equipes custam a partir de R\$ 60 reais (2013).

¹⁹ Fonte: <http://globoesporte.globo.com/futebol/brasileirao-serie-a/publico-brasileirao.html>

pela televisão. Como a televisão é a forma de se assistir futebol mais comum, destacaremos como é o acesso do espectador ao futebol difundido pela televisão.

3.2 A assistência ao futebol pela televisão

Neste tópico apresentaremos algumas características do futebol assistido pela televisão. É diferente assistir a um jogo de futebol profissional presencialmente e pela televisão. Presencialmente, olhamos o jogo e o evento esportivo como um todo. A experiência é compartilhada com milhares de pessoas e temos a liberdade de observar o que quisermos. Tanto no caso do futebol como nos demais esportes, assisti-los pela televisão ou presencialmente nos estádios gera, aos espectadores, certo tipo de experiência. No caso da televisão, o conteúdo chega pronto para o telespectador, editado, pré-interpretado. O uso de recursos como lentes especiais, som, música, a narração, são elementos que dão ao esporte uma nova “roupagem”. O esporte espetáculo se transforma em telespetáculo (BETTI, 1998).

No caso do futebol televisivo, o jogo acontece somente onde está a bola. Não temos a visão global do espaço de jogo. No início das transmissões de futebol pela televisão uma única câmera acompanhava as jogadas de longe, assemelhando-se à visão do espectador presencial. Hoje em dia são dezenas de câmeras, móveis, giratórias, aéreas, distribuídas em todos os espaços possíveis no estádio, construindo uma narrativa com o objetivo da representação do evento esportivo. As imagens escolhidas (por exemplo, um gol ou um lance repetidos sob diversos ângulos) vão construindo, juntamente com as narrativas dos locutores, uma versão do que está acontecendo no campo (GASTALDO, 2000).

Os eventos e fatos narrados são retirados do contexto histórico, sociológico e antropológico; “a experiência global do ser-atleta é fragmentada”. Esta descontextualização é sutil e é compensada com outras informações como *closes*, *replays*, câmeras com diversos ângulos etc. O telespectador tem a falsa sensação de estar olhando por uma janela de vidro, quando na realidade assiste uma interpretação da realidade (BETTI, 2005, p.85).

Ao mediar nosso acesso à realidade concreta, a mídia consegue recriá-la tecnicamente, recortando esta realidade para a reelaboração do que fará circular,

incluindo os “silêncios” ou “destaques” que são frutos de seus próprios interesses e demandas. Devemos estar atentos para o fato de muito mais do que “re-presentar” a realidade (torná-la novamente presente, isto é, apresentá-la fielmente, tal como ela aconteceu), a mídia nos entrega a sua interpretação a respeito dos fenômenos que retrata, o seu próprio olhar e, inclusive, seus próprios limites em fazê-lo (PIRES, 2007).

Hall (2003) diz que o signo televisivo é um signo complexo porque é formado por dois tipos de discurso, o visual e o auditivo. O discurso visual traduz um mundo tridimensional num plano bidimensional e por isso ele não pode ser o referente ou o conceito que o significa. Podemos dizer, então, que no caso do futebol, a televisão representa o jogo, mas não é o jogo em si.

Com relação à assistência aos jogos de futebol, notamos que há um grande público que os assiste por meio da televisão, aliás, nunca se assistiu tanto esporte como hoje. E podemos pressupor que isso ocorra pelo desenvolvimento das tecnologias e a facilitação ao acesso a elas²⁰.

O esporte telespetáculo é uma construção social de dois níveis: primeiro por todo o conjunto de agentes, atletas, treinadores, juízes e, segundo, por todos aqueles que produzem a reprodução das imagens e discursos deste espetáculo. O mundo da imagem, da televisão, é dominado pelas palavras, o jogo torna-se um discurso sobre o jogo. Essas palavras que dominam o mundo das imagens, segundo Bourdieu (1997), lançam luz sobre uma expressão usada por Umberto Eco (1984): a “falação”. Essa expressão resume bem o que grande parte da programação esportiva televisiva faz, cumprindo funções básicas, principalmente nas “mesas-redondas”, noticiários e programas esportivos.

Eco (1984) afirma que o esporte atual é um discurso sobre a imprensa esportiva. Ele exemplifica dizendo que se as Olimpíadas não acontecessem e sim fossem divulgadas dia a dia imagens e notícias fictícias, nada mudaria no sistema internacional esportivo. Com isso, ele dá a ideia de que o esporte como prática não

²⁰ Podemos ver um exemplo disso na entrevista do principal executivo do braço internacional da ESPN, Russell Wolff ao jornalista Edson Porto (2010) da revista Época Negócios. Russell Wolff diz que apesar da criação nos últimos anos de novas plataformas de mídia, o consumo de vídeo e de esportes pela televisão continua crescendo. Ele acrescenta que nas pesquisas realizadas pela emissora, pelo menos nos Estados Unidos, mostram que as pessoas estão assistindo mais TV do que nunca e mais esportes também. Ainda explica que várias dessas experiências estão se tornando integradas, e as pessoas estão fazendo duas coisas ao mesmo tempo, como assistir a TV e navegar na internet. Há também aqueles que começam a ver um programa em uma mídia e depois vão para outra. O fato é que não está ocorrendo uma erosão do tempo que pessoas passam em frente à TV. Elas, na verdade, estão passando mais tempo consumindo mídia em geral.

existe mais, ou existe por motivos econômicos, há apenas a falação sobre a falação do esporte. Ele ainda compara a falação esportiva ao discurso político: num discurso deste tipo se fala o que os governantes deveriam ter feito, o que fizeram, o que gostaríamos que tivessem feito, fala-se sobre o que aconteceu, sobre o que acontecerá, porém diferente do discurso político a falação esportiva tem como seu objeto o estádio e seus bastidores.

A falação sobre o esporte dá a ilusão do interesse pelo esporte, “a noção de se praticar o esporte confunde-se com aquela de falar o esporte”. O falante se considera esportista quando na verdade não pratica o esporte. Além disso, quem assiste ao esporte praticado por outro fica excitado, grita, se agita, reduz a agressividade e disciplina a competitividade (ECO, 1984).

De acordo com Gastaldo (2000), uma área específica dentro do discurso jornalístico é a locução esportiva. Esta pode ser caracterizada pela interpretação jornalística dos fatos relativos ao esporte. O aumento de eventos esportivos, a veiculação destes pela mídia, especialmente a televisão, tem gerado um aumento dos “leigos” que necessitam compreender o que há pra ser visto. Conseqüentemente aumenta-se a demanda por comentaristas (normalmente ex-jogadores) que traduzem o jogo em termos técnicos e táticos.

Sobre a audiência aos jogos de futebol pela televisão, Gastaldo (2002) analisou os dados na Copa do Mundo de 1998, segundo o Ibope. Foram levantados dados de quantos televisores (em percentual) estavam ligados durante os sete jogos do Brasil. Para nosso estudo é muito interessante notar o percentual de cada jogo: Escócia - 73%, Marrocos - 74%, Noruega - 77%, Chile - 75%, Dinamarca - 74%, Holanda - 77%, e França - 70%. Pode parecer incoerente o número de televisores ligados na partida final ser o menor em relação a todos os outros jogos. Isso pode ser justificado porque neste jogo provavelmente haviam mais pessoas reunidas por aparelho de televisão. Como o próprio autor comenta, o jogo do Brasil na Copa do Mundo é um momento ritual, que acontece somente a cada quatro anos, e que deve ser compartilhado em grupo principalmente se for num domingo e se a partida decidir a Copa.

Muita gente assistindo futebol, especialmente pela televisão^{21,22}, e este é um dos motivos que torna relevante nosso estudo sobre a assistência do futebol pela televisão nos bares. Apesar da importância do futebol em termos sociais e especialmente econômicos, a midiática do esporte e suas peculiaridades do contexto da sua recepção ainda são pouco explorados pela Educação Física e pela Comunicação. Pensando neste local de assistência de jogos, o bar, colocamos a seguir algumas de suas características.

3.2.1 O caso dos bares

Como já citamos é inegável o papel midiático do futebol contemporâneo e sua dimensão social no que diz respeito a sua recepção. Um local de fácil acesso²³ a assistência aos jogos de futebol são os bares.

O estudo de Gastaldo (2005a) nos bares em que se transmitem as partidas de futebol nos dão impressões da posição dos torcedores com relação ao áudio e às imagens veiculadas pela televisão. Além disso, esse mesmo estudo comenta sobre o futebol como parte da identidade brasileira ao lado da “malandragem”, do samba e das religiões afro brasileiras. O futebol é um elemento que constitui a identidade do povo brasileiro.

Gastaldo (2005a) levanta alguns aspectos da recepção coletiva de futebol midiático:

- 1- Dispersão espacial dos participantes do *setting*: Com relação ao espaço, a interação é focada, ou seja, um grupo sustenta um foco único durante

²¹ O IBOPE Media realizou, em 2011, pesquisas sobre o consumo do esporte nos meios de comunicação pela aproximação dos dois maiores eventos esportivos que serão realizados no Brasil: a Copa do Mundo de 2014 e as Olimpíadas de 2016. Segundo a pesquisa a televisão tem enorme destaque com 72%, seguido pelo rádio, com 21% e a internet, com 16%. O futebol é o esporte mais acompanhado pelo brasileiro, com 92% da preferência, seguido pelo voleibol, com 24%.

²² A Copa do Mundo da FIFA África do Sul 2010 foi transmitida para todos os países e territórios do planeta, inclusive a Antártida e o Círculo Polar Ártico. A audiência domiciliar da competição alcançou mais de 3,2 bilhões de pessoas, compreendendo 46,4% da população mundial, considerando os telespectadores que acompanharam pelo menos um minuto de cobertura. A média de audiência no mundo para cada partida foi de 188,4 milhões, enquanto a média de audiência mais alta foi registrada na decisão, com 530,9 milhões de telespectadores. Fonte: <http://pt.fifa.com/worldcup/archive/southafrica2010/organisation/media/newsid=1473439/>.

²³ Nos referimos aqui ao fácil acesso em comparação ao deslocamento e custos em se assistir à um jogo de futebol no estádio. Não estamos considerando aqui a questão da acessibilidade relacionada a pessoas com deficiência.

certo tempo. No caso dos bares, o foco está nos aparelhos de TV. Além disso, outras características espaciais ocorrem como o som da TV, que quase sempre é amplificado²⁴ e há o consumo de bebidas, principalmente cerveja.

- 2- Interação com a locução: No caso da TV, o locutor “diz” o que o espectador está vendo, porém acompanhado de um amplo sentido valorativo. No momento da recepção há a concordância com o discurso midiático relativo ao “lado” tomado pelo discurso, dependendo se o comentário é a favor ou contra seu time do coração.
- 3- Interação com as imagens: comenta-se muito mais o “visto” do que o “ouvido”, por exemplo, quando observa-se um jogador cometendo uma falta antes do locutor dizer: “-falta!”, já se ouve o comentário de que não era pra derrubar o jogador naquele lugar. Outro exemplo é quando os espectadores gritam “uhhhhh” quando quase acontece um gol e a bola passa muito perto da trave.
- 4- Desafios verbais: durante o jogo esta modalidade de interação verbal se destaca tanto pelo alto volume de voz com que as frases – curtas e mordazes – são ditas, como pelo senso de humor que contém. Sua vinculação se relaciona ao discurso midiático sobre o jogo. O “falar pra todos” é uma modalidade de reação a esse discurso perante as dezenas de torcedores presentes. Em geral, estas enunciações têm intenção satírica, de uma aguda ironia, e às vezes suscitam gargalhadas no bar – dos companheiros e dos adversários.

Toledo (1996) ainda afirma que a utilização de palavrões não pode ser pensada como destituída de sentido ou como uma agressividade gratuita. Eles fazem parte de padrões de conduta e comunicação na expressão dos conflitos, negociações e protestos. É uma maneira dramática de se comportar verbalmente. O autor ainda cita Mauss que trata dessas expressões afirmando que:

(...) todas as expressões coletivas, simultâneas, de valor moral e de força obrigatória dos sentimentos do indivíduo e do grupo, são mais que meras manifestações, são sinais de expressões entendidas, quer dizer, são linguagem. Os gritos são como frases e palavras. É preciso emití-los, mas é preciso só porque todo o grupo os entende. É mais que uma manifestação

²⁴ Alguns bares e restaurantes disponibilizam a televisão com os jogos de futebol porém sem o áudio. No entanto, tratamos aqui de bares que tem como foco principal a transmissão de jogos de futebol.

dos próprios sentimentos, é um modo de manifestá-los aos outros, pois assim é preciso fazer. Manifesta-se a si, exprimindo aos outros, por conta dos outros. É essencialmente uma ação simbólica (...) (MAUSS, 1979, p.153).

Santos e Azevedo (2008) pesquisaram o ambiente dos jogos de futebol nos bares no Distrito Federal em Brasília. Neste estudo observaram que esses ambientes parecem arquibancadas formadas nas áreas comerciais e cidades satélites. Com a impossibilidade de se deslocar para os estádios onde ocorrem os jogos, os bares se tornam locais propícios para a vivência das sensações e emoções semelhantes às vivenciadas nos grandes estádios de futebol do país.

Os bares são ambientes de lazer e interação, equipamento não específico de lazer, ou seja, “um espaço não construído de modo particular para essa função, mas que eventualmente pode cumpri-la” (MARCELLINO, 2012, p.29). Atualmente os bares são locais que permitem certo grau de sentimentos e coletividade sobre algo comum, no caso o futebol.

Com o surgimento da TV a cabo aumentaram-se as possibilidades dos espectadores terem acesso aos jogos de futebol de seus times e de todo um campeonato. São os chamados canais *pay-per-view* (pague para ver). No caso do futebol, do canal brasileiro se chama PFC²⁵ (Premiere Futebol Clube). Esses canais disponibilizam praticamente todos os jogos de um determinado campeonato, há pacotes de dois, três ou mais campeonatos, sendo que muitos jogos são em alta qualidade (HD). Já na TV aberta somente alguns jogos são transmitidos, normalmente o jogo da região em que o espectador se encontra não é veiculado na TV aberta local. Isso força o espectador a assistir ao jogo no estádio, porém, por outro lado, existem algumas barreiras para isso como a violência das torcidas organizadas, o custo e tempo de deslocamento, o custo de ingresso. Na TV a cabo, estes canais *pay-per-view* também são comprados por um valor que não está incluído na assinatura mensal. Os pacotes PFC estão disponíveis em praticamente todas as operadoras de TV a cabo e por satélite no país. Em média, o pacote mais básico que inclui o Campeonato Brasileiro Série A ou B e mais um Campeonato

²⁵ O Premiere é um canal de televisão por assinatura brasileiro em *pay-per-view* que transmite os principais Campeonatos Estaduais de futebol no Brasil, além do Campeonato Brasileiro da série A e da série B. Pertence à Rede Globosat, e está presente na SKY, NET, Claro TV e na Vivo TV, além de algumas operadoras de fora do país, como a DirecTV e a Dish Network. De 1997 a 2006 era chamado de Premiere Esportes, mudando para Premiere Futebol Clube e depois para PFC. Em 2011, mudou o título para Premiere FC. Em 2013, logo após a pausa do Campeonato Brasileiro de 2013 para a Copa das Confederações, o canal mudou novamente a marca, o logotipo e o nome do canal para apenas Premiere, usando o slogan de Futebol Clube.

Estadual (Paulista, Carioca, Gaúcho, Mineiro) custa a mais no pacote da TV de R\$ 65,00 a R\$ 100,00 aproximadamente²⁶.

Na página oficial do *Facebook* do próprio PFC fala-se em mais de 600 mil assinaturas (até o segundo semestre de 2012), no entanto, sites especializados em mídia esportiva comentam que o número de assinantes ultrapassa a casa de um milhão²⁷. Se pensarmos que em muitos pontos locais destas assinaturas mais de uma pessoa assiste aos jogos, além de pontos existentes em bares onde muitas pessoas reunidas estão assistindo, podemos verificar o impacto que tem o futebol pela televisão sobre os brasileiros.

Já no caso dos bares, em geral, o espectador não paga diretamente pelos canais, basta consumir algo no local, não precisando pagar pelo jogo em si, exceto bares que cobram entradas ou consumo mínimo. Mesmo com essa cobrança de entrada os valores ficam bem longe dos R\$ 65,00 mensais da assinatura do PFC.

Santos e Azevedo (2008), numa pesquisa de cunho qualitativo, procuraram verificar o modo como se dá a interação dos torcedores no Distrito Federal e quais significados que esses grupos atribuem ao futebol. O futebol é um elemento da cultura que mobiliza paixões e possui elementos interacionais extra campo que trazem à tona um universo simbólico. Ainda destaca a industrialização, urbanização, a rápida mobilidade social e geográfica e as divisões de trabalho cada vez mais complexas que tem uma tendência a desintegrar a vida em comunidade e as identidades sociais. Para os que vivenciam os sentimentos coletivos relacionados ao futebol integrar-se a um sistema social amplo é comum, pois se encontram e interagem com torcedores de outros clubes.

O bar permite esta interação ou desenvolvimento da sociabilidade. De acordo com Dumazedier (1980) o estudo da sociabilidade pensando-se em nível dos interesses sociais do lazer pode ser focado sob duas dimensões. A primeira dimensão envolve os interesses explícitos na atividade de lazer (físicas, manuais, artísticas, intelectuais), como por exemplo, os jogos de futebol de várzea ou em clubes, atividades artesanais, jardinagem entre outras. Especialmente destacando os interesses sociais temos os ligados diretamente aos espetáculos artísticos como espetáculos de televisão, cinema e jogos de futebol.

²⁶ Valores médios retirados dos principais sites de assinaturas de TV a cabo no Brasil em 2013.

²⁷ <http://www.midiaesportiva.net>

A segunda dimensão de enfoque dos interesses sociais permite uma tentativa de classificação dos grupos segundo o tipo de sociabilidade desenvolvida, em função dos comportamentos de lazer. Dumazedier (1980) elenca três tipos. O primeiro tipo é a sociabilidade organizada, de interesses sociais, são as associações, como as esportivas de jogos como bilhar, xadrez, entre outras e o indivíduo se associa a elas por que assim o deseja. O segundo tipo são os grupos espontâneos ou “selvagens” porque não tem uma estrutura previamente organizada, os indivíduos podem ir e vir, bem como seus grupos, podem desaparecer rapidamente da mesma forma como surgiram. E, por fim, o terceiro tipo de sociabilidade manifesta-se nas relações interpessoais, num campo específico de tensões e de conflitos entre interesses pessoais e sociais.

Os três tipos de sociabilidade aqui citados podem ser vivenciados no bar e se relacionar ao conteúdo físico-esportivo. Existem as associações esportivas ou comumente chamadas torcidas organizadas, ou simplesmente grupos de amigos que se organizam com certa frequência para assistir a jogos, fazer churrascos e festas ou viagens (primeiro tipo). Estes grupos podem frequentar um bar específico ou bares diferentes aleatoriamente, sem uma organização prévia (segundo tipo), e por encontrarem torcedores de times adversários nestes locais podem surgir tensões e conflitos de relacionamento (terceiro tipo).

Barral (2006) realizou uma pesquisa que entrelaça os espaços de lazer na capital com a juventude. O autor percebeu em Brasília que bares são locais preferenciais para se ocupar o tempo livre. O bar é um ambiente para a convivência de lazer no sentido de um lazer coletivo, um espaço associativo. Marcellino (2012) afirma que as funções do lazer são o descanso, o divertimento e o desenvolvimento pessoal e, Barral (2006, p.74), em sua pesquisa com jovens em ambientes de bares notou preponderância da função divertimento, não excluindo o descanso e o desenvolvimento pessoal. Isso demonstra que o bar é um espaço de lazer e cumpre sua função com relação a isso. Embora tal estudo seja sobre jovens podemos extrapolar para outros grupos e faixas etárias que frequentam o bar, pois, segundo o autor, as interações que ocorrem no bar são potencialmente características desses espaços, independentemente do grupo que ocupe o local.

Segundo Santos e Azevedo (2008), o bar reúne pessoas com um elo em comum, no caso o futebol, e a combinação cerveja e futebol se firma como importante espaço de sociabilidade. Ao se observar o ambiente dos bares nos dias

de jogo, podemos ver formas particulares de interação social. Só de estar vestido com a camisa do clube do coração é portar um conjunto de significados referentes à memória, história e tradição de um clube. Sobre o futebol como identidade social o autor acentua a dimensão da fuga dos problemas do dia a dia, pois no futebol as pessoas assumem outro papel e modo de conduta.

Sobre o torcer no futebol, Santos e Azevedo (2008) falam do princípio de igualdade, condição necessária para a existência do universo do futebol. Para cada torcedor é permitido a opinião, o julgamento, a análise, a escalação do time, a crítica ao técnico e o desprezo ao atleta. Aqui se dá a horizontalização do poder e talvez por isso as discussões sobre o futebol sejam intermináveis.

Mike Weed, pesquisador em Sociologia e Antropologia, observou a assistência aos jogos de futebol nos *pubs* (bares) na Inglaterra, durante a Copa do Mundo de 2002. Ele traz aspectos muito interessantes para nossa pesquisa, principalmente para analisarmos algumas características com relação à assistência aos jogos no bar.

Weed (2006) cita que existiram basicamente dois fatores que aumentaram a assistência ao futebol nos *pubs* na Inglaterra. O primeiro é que uma rede de TV por assinatura comprou os direitos para transmitir a *Premier League* (uma das maiores e mais assistidas competições de clubes de futebol da Inglaterra). O segundo fator é a 'sanitização' da *Premier League*, uma proposta em relação a segurança nos estádios ingleses, como uma "limpeza", visando selecionar o público e evitar a violência.

No entanto, o crescimento inicial da assistência aos jogos no *pub* não é uma questão de preferência dos consumidores e sim de necessidade. Isso porque as redes de TV por satélite e a cabo ao comprarem os direitos dos jogos, além de outros esportes, forçam o consumidor a assinar os canais exclusivos de transmissões de jogos (WEED, 2006).

Como já tratamos no texto, no Brasil acontece algo similar, no caso brasileiro há o Premiere Futebol Clube (PFC), canal detentor da maioria dos campeonatos nacionais e estaduais e que é vendido através de assinaturas em pacotes de TV a cabo ou satélite. Quem não pode assinar este tipo de canal utiliza o bar como uma alternativa relativamente barata para ver o jogo. Hoje em dia também existe a internet para assistir aos jogos, mas estar junto no bar com outros tem se mostrado essencial para a discussão dos jogos com outros, TV grande e bebida alcoólica.

Outro problema, no caso da Inglaterra, é o ‘hooliganismo’ no futebol. Embora existam políticas para o controle dessa violência muitos estão deixando de assistir aos jogos nos estádios (WEED, 2006). Outro fator não menos importante que não é citado pelo autor é o caso dos sócios dos clubes ingleses. No caso inglês o sujeito pode ficar sócio do seu time pagando uma taxa anual, o que garante a compra de ingressos por um preço mais acessível, além de uma cota de ingressos garantida para estes. Então, se a pessoa não é sócia dificilmente conseguirá um ingresso para assistir, por exemplo, um jogo entre dois grandes times ingleses, pois os ingressos que “sobram” para os não sócios são escassos e caros.

Um ponto interessante da pesquisa de Weed (2006), é que quando ele foi observar os jogos nos bares, estes jogos eram da Copa do Mundo. Jogos da Copa são transmitidos pela TV aberta. A Copa de 2002 foi realizada no Japão e na Coréia do Sul, portanto, os jogos que lá eram realizados nos fins de tarde e à noite, eram vistos de manhã na Inglaterra, algo em torno das 5:30h ou 6:00h da manhã. E as pessoas mesmo podendo assistir os jogos em suas camas quentinhas ou no sofá da sala, acordavam cedo e iam com suas bandeiras torcer pelo seu time nos *pubs*. Mais interessante ainda, é que a maioria dos *pubs* não vendia álcool durante estes jogos, pois na Inglaterra é proibida a venda de álcool nestes horários e mesmo assim os espectadores compareciam. Nas partidas do início do campeonato poucos frequentavam o bar, mas conforme a seleção da Inglaterra avançava na competição aumentava o número de pessoas assistindo aos jogos.

Weed (2006) ainda cita um dia interessante em sua pesquisa em que os bares estavam mais lotados que o normal. Foi na partida Brasil e Inglaterra quando o Brasil venceu de virada por 2 x 1. Na mesma época aqui no Brasil, Gastaldo (2009) já pesquisava a assistência do futebol, especialmente nos bares. Na Copa de 2002 sua pesquisa tratava da análise do discurso da imprensa esportiva durante a Copa, mas ele já vinha com uma ideia (concretizada na Copa do Mundo de 2006) de captar imagens sobre o silêncio nas ruas do país durante os jogos do Brasil nas Copas. Essa ideia do filme não se concretizou logo em 2002, pois os jogos da Copa deste ano eram transmitidos no Brasil entre três e seis horas da madrugada e aparentemente houve pouca concentração pública de audiência. Ele ainda comenta que o IBOPE relatou na madrugada do jogo Brasil x Inglaterra (o mesmo jogo analisado por Weed) 98% dos televisores ligados no país às 3h30min, todos sintonizados no jogo, um fenômeno de audiência doméstica (GASTALDO, 2009).

Embora o número de pessoas que assistem futebol em casa seja elevado, o bar tem se mostrado como um espaço para a assistência desse esporte tanto para brasileiros como para os ingleses. John Bale (2002), autor das áreas da Educação e Geografia no Reino Unido fala sobre esse espaço. Ele afirma que o que acontece no bar é o *'collective enjoyment'* ou *'shared communal experience'* (algo em português como divertimento coletivo ou partilhamento de uma experiência em comum) e faz parte da experiência da assistência nos bares. Diferente de assistir em casa e diferente de assistir no estádio, o bar tem sido um tipo de terceiro lugar.

Para explicar este ponto, Bale (2002) descreveu três visões da final da Eurocopa de 1992 entre Dinamarca e Alemanha. Ele se refere a três ambientes de assistência: o primeiro é o estádio, o jogo 'real'; o segundo são as casas de milhões de espectadores europeus. Nestes dois ele mostra os contrastes – ambos em questão de comportamento e movimento, no estádio, como os espectadores são alocados nos assentos, uma perspectiva de visão para cada pessoa no jogo, o controle do consumo limitado, ambos de jogo e álcool. E do mesmo modo, nas casas a confinamento ao espaço doméstico também é rígida tanto quanto o jogo visto no estádio. Porém, o terceiro ambiente identificado por Bale tem tanto conceitual como geograficamente, algo entre o estádio e a casa – uma grande tela de TV ereta num espaço aberto na Dinamarca: “era uma forma de carnaval, com bêbados celebrando a vitória de sua nação sobre a máquina alemã. Quem pode dizer que esta experiência não foi uma assistência otimizada da pós-modernidade – milhões em espaços abertos [...] ficando em oposição ao confinamento dos estádios modernos? (p.275)”. A otimização deste terceiro ambiente tem sido descrito da mesma forma dos espaços abertos como no bar. É uma transformação do espectador de futebol.

Para Santos e Azevedo (2008) os espectadores, não os de arquibancada, mas os que assistem pela TV, parecem sentir a mesma emoção vivida no estádio. Mas nos perguntamos: será que é assim mesmo? Na cidade pesquisada pelos autores acima (Brasília) alguns bares são específicos de determinadas torcidas. São, neste caso, extensões das arquibancadas dos grandes estádios e clubes brasileiros? No caso da cidade de nossa pesquisa (Piracicaba) os bares recebem pessoas que torcem para times diferentes, as torcidas ficam juntas, torcedores de times diferentes sentam juntos à mesa, diferente dos estádios, onde as torcidas são divididas e quase sempre separadas por cordões de isolamento, grades e policiais

trabalhando nesta separação para se evitar as brigas. Então, será que podemos afirmar que as emoções vividas nos estádios são as mesmas vividas dentro de um bar assistindo ao futebol pela televisão?

Não sabemos se as emoções são as mesmas, porém a maior organizadora de eventos relacionados ao futebol no mundo, a FIFA, organiza durante a Copa do Mundo as *Fan Fests*. Em 2014 as *Fan Fests* serão espaços oficiais de exibição pública dos jogos da Copa do Mundo, que poderá reunir milhares de torcedores, mesmo que o jogo seja realizado em outra sede. Cada uma das 12 capitais brasileiras que receberão jogos do torneio terão um espaço reservado para estas festas, que incluirão apresentações artísticas e culturais locais. Para a FIFA, as *Fan Fests* ampliam o ambiente festivo para além das arquibancadas e integram mais pessoas ao clima da Copa. A FIFA decidiu lançar oficialmente o conceito das *Fan Fests* no Mundial na Alemanha depois do imenso sucesso de eventos públicos não oficiais na Copa do Mundo da Coreia do Sul e do Japão, em 2002.

O programa também foi um sucesso de público na Copa de 2010, na África do Sul. Além das nove cidades-sede sul-africanas, outras seis cidades ao redor do mundo montaram estruturas similares para que a população acompanhasse os jogos em 2010: Berlim, Cidade do México, Paris, Rio de Janeiro, Roma e Sydney, com mais de seis milhões de fãs do futebol tendo acesso aos eventos durante 31 dias. As *Fan Fests* já estão com locais definidos nas 12 cidades-sede da Copa do Mundo de 2014 no Brasil, são eles: Belo Horizonte - Praça da Estação, Brasília - Esplanada dos Ministérios, Cuiabá - Parque de Exposições, Curitiba - Parque de Barigui, Fortaleza - Praia de Iracema, Manaus - Praia da Ponta Negra, Natal - Praia do Forte, Porto Alegre - Largo Glênio Peres, Recife - Marco Zero, Rio de Janeiro - Praia de Copacabana, Salvador - Jardim de Alah e São Paulo - Vale do Anhangabaú²⁸. Nestes lugares serão erguidos imensos telões com a transmissão de jogos e serão vendidas bebidas alcólicas incluindo cerveja. Mais parecido com um grande bar do que um estádio de futebol, não?

A pesquisa de campo vem nos mostrar que o objetivo de se assistir ao futebol no bar vai além de simplesmente desfrutar do espetáculo.

²⁸ Fonte: www.copa2014.gov.br

4 O CAMPO NO BAR

A escolha do bar se deu por observação de alguns estabelecimentos da cidade de Piracicaba que atraíam espectadores dos jogos de futebol. Piracicaba é um município no interior do estado de São Paulo, situa-se à uma distância de aproximadamente 160km e tem cerca de 400 mil habitantes. Pensamos inicialmente em fazer a pesquisa em vários bares, mas decidimos por escolher apenas um para facilitar a descrição do local, o contato com os clientes e a observação das pesquisadoras.

Escolhemos o Bar do João. Este bar localiza-se no centro de Piracicaba, existe desde 1989, e é muito conhecido por pessoas de várias faixas etárias (especialmente de 25 a 40 anos). Este local além de ter música ao vivo em alguns dias da semana oferece aos clientes três TVs com a transmissão de jogos de futebol. Além disso, há uma decoração específica relacionada ao futebol.

Após a entrevista com o dono do bar ficamos sabendo qual a história do local: *“aqui era uma mercearia desde 1948, e eu, ex-bancário adquiri o estabelecimento em 1 de outubro de 1989. Quando comprei o local, como eu tinha experiência em organizar festas, churrascos, fazer porções e lanches colocaria minha experiência em prática. O local funcionava como mercearia, não era um bar, abríamos às 6:00h da manhã e fechávamos próximo às 17:00h”.*

Ele ainda acrescenta: *“com o passar do tempo os próprios clientes pediam para fecharmos mais tarde, para fazer uma porção, um lanche, e começamos a atender aos pedidos. Daí, resolvemos comprar uma chapa, entre outros equipamentos, e a mercearia foi se transformando em lanchonete/bar. Nesta época já nomeamos o lugar com meu nome, Bar do João. Desde o tempo que era uma mercearia, muitos clientes e amigos já falavam para abirmos aos domingos à tarde para assistir aos jogos de futebol juntos e isso começou a acontecer com mais frequência até que a mercearia cedeu totalmente lugar ao bar que existe até hoje”* (2013).

Atualmente o bar funciona de terça a domingo. Todos os dias abre às 17:00h e fecha às 00:00h, exceto no domingo que abre 15:30h para que os clientes possam assistir aos jogos de futebol que começam às 16:00h. Mas há outras exceções,

como por exemplo, se a seleção brasileira vai jogar em algum horário alternativo, o bar abre para acompanhar o jogo.

O bar já tem um público cativo de futebol. Há aproximadamente 5 anos ele passou por uma reforma e o tema futebol ficou mais evidente na decoração. São placas e bandeiras do XV de Piracicaba (time da cidade), uma grande placa do Nhô Quim (mascote do time do XV), ocasionalmente bandeiras dos times grandes ou do Brasil e em todo o bar quadros com fotos de crianças jogando futebol em campinhos de grama, lama, terra e areia por todo o Brasil.

Figuras 1 e 2 – Quadros com fotografias de futebol nas paredes do Bar do João.



Fonte: Milena Avelaneda Origuela

Este não é um bar de uma torcida só. Comumente amigos que torcem para diferentes times vão ao bar para assistirem juntos aos jogos. O proprietário acredita que seu bar é frequentado não só pelo futebol, mas por tudo que oferece, cerveja gelada de várias marcas, música ao vivo e amizades.

Alguns clientes possuem um copo com seu nome grafado. Tudo começou com um pequeno grupo de clientes na época que a mercearia começou a se transformar em bar. Este grupo, que era muito frequente no estabelecimento, mandou grafar seus nomes e o logotipo do bar (nesta época surgiu o logo do bar, que tem um desenho que lembra o rosto do proprietário João de forma estilizada) em copos do tipo americano. Com o passar do tempo o bar assumiu a responsabilidade de escolher entre os clientes mais frequentes quem teria o direito

de ganhar o copo com o logotipo e seu nome grafado. É como um prêmio para quem é cliente fiel do estabelecimento.

Existe todo um ritual para uso destes copos personalizados. A única pessoa autorizada a mexer nestes copos é a esposa do proprietário, Miriam. Se ela não estiver no bar ninguém pode tocar nestes copos. Somente quando ela está presente é que os copos são entregues com os nomes aos clientes, enquanto isso, copos comuns são usados. Quanto ao uso pelos clientes, ninguém, nem namorada, nem esposa, amigo ou filho, pode beber ou até mesmo tocar no copo personalizado, só o dono do copo é que pode fazê-lo, sob pena de perder o direito do copo personalizado, seu prêmio. É o símbolo, um ritual, uma identidade com o bar, algo muito especial.

Figura 2 – Copo personalizado com o logotipo do Bar do João e o nome do cliente no copo.



Fonte: Google

Já ocorreram discussões sobre futebol, mas nunca houve uma briga de fato. Eles dizem que o bar é frequentado sempre por indicação, é muito difícil chegar um grupo que não conheça os donos ou alguém presente no bar.

Outro fato interessante sobre o Bar do João relacionado ao futebol aconteceu durante a Copa de 2002, realizada no Japão e na Coréia do Sul. Por causa do fuso horário, os jogos do Brasil aconteciam às 3:00h da madrugada ou às 6:00h da manhã. Nesta época o bar ampliava seu atendimento quando o jogo acontecia na madrugada, porém quando ocorria de manhã, o dono pedia para que os clientes fossem embora às 00:00h dizendo que ele reabriria o bar às 5:00h. Neste horário o bar abria servindo café da manhã, os clientes retornavam e ao iniciar o jogo começava a vender cerveja. Por volta das 10:00h da manhã, após o jogo, o bar fechava as portas. Sempre que havia jogo do Brasil o bar abria, mesmo que em horários alternativos pensando em sua clientela.

Os bares que oferecem jogos de futebol pela televisão para seus clientes se diferenciam na forma de cobrança do mesmo. Em alguns bares cobra-se uma entrada, ou seja, um valor específico para se entrar no bar para assistir aos jogos. Outros bares estipulam uma consumação mínima para se ficar nas dependências do estabelecimento. No caso do Bar do João, em dias de jogo não se cobra entrada para assistir ao jogo. Basta consumir qualquer coisa no local.

O bar possui dois ambientes. Na parte da frente, menor, existem algumas mesas e o balcão de atendimento. Também existem diversas mesas colocadas na calçada em frente ao bar e que possuem certa visão das TVs no interior do estabelecimento. Na parte da frente do bar existem duas TVs, uma maior, que é posicionada de frente para a rua para que os clientes que se encontram nas mesas colocadas na calçada possam ver o jogo, e uma menor, colocada em uma das paredes laterais na entrada.

Figura 3 – Vista da parte da frente do Bar do João.



Fonte: Milena Avelaneda Origuela

Figura 4 – Vista da TV lateral na parte da frente do Bar do João e logo da marca.



Fonte: Milena Avelaneda Origuela

De um lado do balcão há um corredor que leva ao segundo ambiente que é maior, com mais mesas e com uma grande TV.

Figura 5 – Vista da parte do fundo do Bar do João com a TV.



Fonte: Milena Avelaneda Origuela

4.1 A assistência ao futebol para os frequentadores do Bar do João

Procuramos fazer as visitas ao Bar do João para observação em diversos dias da semana, com um determinado intervalo de tempo entre elas e em campeonatos diferentes. Pressupomos que assim encontraríamos grupos de pessoas diferentes, talvez apresentando comportamentos variados especialmente relacionados à importância de cada jogo. Além disso, decidimos por observar competições diferentes para que notássemos a relação dos frequentadores com o bar e não por afinidade a um determinado jogo ou campeonato. Realizamos assim, quatro visitas ao bar, conforme quadro a seguir:

Quadro 1 – Especificações das visitas realizadas no Bar do João.

DATA	DIA	COMPETIÇÃO	RODADA	JOGO
19/01/2013	sábado	Campeonato Paulista	1 ^o	União Barbarense x XV de Piracicaba e São Paulo x Mirassol
06/02/2013	quarta	Campeonato Paulista	6 ^o	São Bernardo x XV de Piracicaba
30/06/2013	domingo	Copa das Confederações	Final	Brasil x Espanha
17/07/2013	quarta	Recopa	Final	Corinthians x São Paulo

A primeira visita, do dia 19 de janeiro de 2013, uma tarde de sábado, era o início do Campeonato Paulista de 2013. Chegamos ao local da pesquisa às 16:40h, os jogos da rodada começavam às 17:00h. Quando entramos no bar o dono nos recepcionou, mostrou algumas mesas para nossa escolha e perguntou se queríamos algo para beber. Neste momento só havia dois clientes no bar, além do dono e mais três funcionários. Este bar costuma abrir aos sábados a partir das 17:00h, porém, com o início do Campeonato Paulista, e com o time do coração do dono (São Paulo) jogando às 17:00h, o bar abriu excepcionalmente às 16:30h.

A pouca clientela nesta tarde talvez se justificasse porque o principal jogo daquele horário da rodada (São Paulo x Mirassol) estava disponível na TV a cabo e não somente nos pacotes exclusivos, e o outro jogo que talvez interessasse aos torcedores da cidade de Piracicaba (XV de Piracicaba x União Barbarense), poderia ser considerado um jogo mais “fraco”, um jogo de duas equipes menores. Além disso, era uma tarde de muita chuva, e presumimos que isso tenha atrapalhado as pessoas a saírem de casa.

Duas TVs estavam ligadas. Na TV principal, a maior, o jogo televisionado era São Paulo e Mirassol com o áudio. Na TV menor passava União Barbarense e XV

de Piracicaba, sem o áudio. As pessoas foram chegando aos poucos. Antes que o jogo começasse o dono do bar fazia piadas com dois são paulinos (torcedores que estavam com as camisas do seu time) e com um torcedor do Corinthians aparentemente amigo dele. Todos riam. A piada envolvia algo sobre o Corinthians ser um time do povo, até mesmo time de “pobre” e o São Paulo ser um time de elite, muito vencedor. O corinthiano também dava risada da piada mesmo que sendo contra seu time, todos estavam muito relaxados. Este episódio ressalta as relações jocosas citadas por Gastaldo (2005a) em relação à assistência ao futebol. Piadas e brincadeiras verbalmente agressivas, mas, ao mesmo tempo inofensivas e que fazem parte do jogo.

Às 17:00h começaram os jogos e a TV principal teve seu volume aumentado. Quando os jogos começaram, a parte do fundo do bar estava vazia até que um torcedor com a camisa do São Paulo chegou sozinho, sentou-se numa das mesas do fundo, pediu uma cerveja e solicitou à garçonete que ligasse a TV. Embora tivessem mesas disponíveis na parte da frente e uma TV com o jogo que iria assistir, parece que ele preferiu um local isolado. O posicionamento das mesas na parte da frente do bar em relação com a TV faz com que a pessoa fique de lado para assistir o jogo. Se quiser ficar de frente ela tem que mover as cadeiras de lugar. Talvez tal torcedor tenha preferido este local por poder ficar sentado em frente a TV. Essa parece ter sido uma das particularidades do Bar do João. Embora Gastaldo (2005a) ressalte que um dos aspectos da recepção midiaticizada no bar se dê com relação à dispersão das pessoas no local, posicionando suas cadeiras juntas e de frente à TV, um torcedor preferiu estar sozinho num local do bar, sem interação com outros.

Nesta primeira rodada decidimos sentar na parte da frente do bar, porque, além de ter dois jogos ao mesmo tempo também era o local onde havia mais pessoas. Na metade do primeiro tempo chegou ao bar um homem jovem sem uniforme com o filho de aproximadamente dois anos, vestindo a camisa do time da cidade, o XV de Piracicaba. Mais clientes foram chegando, a maioria com camisas do São Paulo.

Na mesa ao lado de onde estávamos havia um homem jovem e chegou então um casal, o homem estava com uniforme de time. A mulher, ao escolher sua cadeira disse que ela poderia ficar de costas para a TV porque ela não iria assistir ao jogo. Os dois homens ao lado, embora são paulinos (dava pra saber por causa das camisas que usavam) só observaram o outro jogo (do XV de Piracicaba) e

conversaram sobre outros assuntos que não o futebol. Havia também muitas pessoas sem uniformes de time, eram a maioria, e muitos destes colocaram as cadeiras de costas para outros do bar pra ficarem de frente com a TV que passava o jogo do XV de Piracicaba.

Isso nos mostra que embora não estivessem uniformizadas essas pessoas tinham interesse no jogo ao posicionarem suas cadeiras de maneira que continuassem conversando e bebendo, porém com uma boa visualização da TV. No caso dos dois são paulinos que dedicavam maior atenção ao jogo do time local, XV de Piracicaba, do que seu próprio time, São Paulo, talvez isso tenha se dado porque o time local jogava na primeira divisão do Campeonato Paulista pela segunda vez consecutiva depois de pelo menos 20 anos fora desta divisão, e, portanto, era um evento muito importante e envolvente.

No intervalo as pessoas ficaram mais falantes, aumentando o tom de voz, mais agitadas, alguns foram ao banheiro, outros saíram do bar para fumar, mas tivemos a impressão que as conversas não eram sobre futebol. Iniciou-se o segundo tempo e demorou alguns minutos para que os presentes percebessem isso. Quase ninguém prestava atenção às TVs. No segundo tempo tudo continuava praticamente do mesmo jeito, as pessoas conversaram um pouco, viram o jogo um pouco. Ao final dos jogos os clientes e torcedores comentaram em voz alta sobre os jogos que tinham acabado de acontecer, como deveria ser o desempenho de seus times dali pra frente, e quais as perspectivas dos jogos que aconteceriam naquele mesmo dia mais tarde e que fariam parte da primeira rodada do campeonato. A maioria consumiu cerveja.

Lembramos aqui da “falação” citada por Eco (1984) relacionada ao futebol. A falação esportiva envolve os comentários e assuntos relacionados ao jogo, mas que vão muito além disso. São as especulações e conversas que ultrapassam o jogo em si, tanto pelos narradores e comentaristas de TV como pelos que assistem aos jogos.

Nossa segunda visita ao bar foi bem diferente da primeira. Chegamos às 19:10h e todas as mesas da parte da frente do bar estavam ocupadas e algumas mesas que ficavam na calçada também. Na parte do fundo, onde escolhemos ficar desta vez, só havia uma mesa vazia. Quase todas as pessoas estavam com suas cadeiras viradas para a TV, mas não pareciam prestar atenção ao jogo. O jogo que estava sendo televisionado era do time da cidade, XV de Piracicaba contra São

Bernardo. Somente quando o XV fez um gol é que houve alguma manifestação dos presentes e mesmo assim gritaram gol e continuaram conversando, comendo e bebendo sem prestar muita atenção ao jogo.

O que observamos aqui talvez tenha relação ao dia da semana (quarta-feira) e a importância do jogo desta mesma noite. A quarta-feira à noite para os brasileiros tem sido considerada, há muitos anos, a noite de assistir futebol. Isso porque acordos realizados entre os clubes de futebol e emissoras de televisão fizeram que esse dia da semana, em grande parte do ano, tivesse jogos de futebol. Talvez por isso seja muito comum que quarta-feira seja o dia de se assistir jogos no bar. Além disso, o time local jogava naquela noite, mas não era contra um time grande ou de expressão no futebol, e sim contra um time de qualidade igual ou inferior a ele mesmo.

Outra particularidade do Bar do João em relação ao posicionamento das pessoas no bar durante os jogos foi observada neste dia em que alguns clientes ficavam em mesas na calçada, e muitos em pé em frente ao bar, na calçada e na rua. Mesmo com os jogos acontecendo, os que estavam na rua continuaram por lá, conversando e bebendo, sem se interessarem pelo jogo de futebol, ou seja, nem todos estavam ali pelo jogo. Esta também é uma particularidade do Bar do João que observamos ser diferente das categorias elencadas por Gastaldo (2005a) em sua pesquisa nos bares em Porto Alegre.

Numa mesa localizada bem à nossa frente havia dois homens jovens. Um deles logo que o jogo começou não queria ficar dentro do bar, queria ir para fora para que pudesse fumar. O amigo não pareceu muito contente, porém, aceitou a troca de mesa, mas não sem antes confirmar com a garçonete se lá fora daria pra ver o jogo pela televisão. Enquanto isso, um dos garçons circulava pelo bar com a camisa do Corinthians, time que jogaria naquele mesmo dia mais tarde. Havia também duas mesas com várias pessoas que pareciam ter saído direto do trabalho para o bar, pois estavam ainda com camisas e camisetas com o logotipo de suas empresas. Houve durante o jogo muitos lances de gol, polêmicos, mas as pessoas mesmo assim não prestaram atenção.

A terceira visita ao bar para a pesquisa foi a mais diferenciada. Era a final da Copa das Confederações, entre Brasil e Espanha no Maracanã, Rio de Janeiro. Como o jogo estava marcado para o domingo às 19:00h, chegamos ao bar às 17:30h e para nossa surpresa estava bem cheio, já não haviam mais mesas e

cadeiras disponíveis. Em jogos de Campeonato Brasileiro e de outros campeonatos importantes, chegar neste bar trinta minutos antes da partida já era suficiente para encontrar uma mesa disponível.

Esse fato do bar lotado muito antes do jogo se deu porque não era um time paulista que jogaria e sim a seleção brasileira. Como vimos, jogos da seleção movem multidões, revelam uma paixão que o brasileiro tem pelo futebol e a importância dele para o povo. O futebol é uma paixão nacional (BRUHNS, 2000; BELLOS, 2003). Não era um jogo de Copa do Mundo, mas era um tipo de aquecimento para esse evento. A Copa das Confederações acontecia no Brasil, então a sensação era quase de uma Copa, jogávamos em casa, e como a Copa do Mundo acontecerá em 2014 também no Brasil, seria muito importante se este país vencesse mostrando todo seu poderio futebolístico. Então quem não pôde ir ao estádio tinha que garantir um bom lugar em frente à TV para torcer. Jogo da seleção na Copa é um momento ritual e, portanto, deve ser compartilhado em grupo, principalmente uma decisão, e também funciona como princípio aglutinador do povo brasileiro como nação (GASTALDO, 2002; 2006).

Na parte do fundo do bar, além da grande TV que está sempre por lá, foram colocadas mais duas TVs menores em pontos estratégicos, para que de todos os ângulos o jogo pudesse ser visto, e ainda um enorme telão, quatro vezes maior que a TV principal. Além das mesas com cadeiras sempre dispostas no bar, foi preparada uma quase "arquibancada": cadeiras colocadas lado a lado e enfileiradas simulando um teatro ou arquibancada. Quando chegamos, este local já estava reservado para um grupo grande de pessoas que só chegou ao bar poucos minutos antes da partida. Santos e Azevedo (2008) comentam sobre os bares serem extensões das arquibancadas dos estádios. Pudemos observar este fato somente no jogo entre Brasil e Espanha. Muitos que não tinham mesas estavam posicionados com cadeiras enfileiradas simulando uma arquibancada ou estavam em pé lado a lado, como se estivesse no estádio. Talvez isso tenha acontecido somente neste jogo, por ser de uma torcida única, a brasileira, em contrapartida com outros jogos que tinham times adversários num mesmo local.

Antes de o jogo começar as pessoas estavam em pé, muitos com camisas da seleção e alguns com camisas apenas verde e amarela representando as cores da bandeira brasileira, e o assunto não era futebol. Neste dia o bar decidiu que a cada gol marcado pela seleção brasileira, os frequentadores ganhariam uma cerveja.

Cada grupo que chegava era informado disso e as pessoas ficavam felizes e faziam em voz alta seus palpites, torcendo para ganharem suas cervejas. Esse presente que o bar oferecia para seus frequentadores era como um prêmio por estarem ali, e bebida de graça certamente deixavam os que estavam presentes com mais vontade de gols ainda.

Quando as imagens no telão mostravam os jogadores entrando em campo, posando para as fotos e cantando o hino nacional poucos minutos antes da partida, o público no bar começou a falar mais alto. O público mostrava-se impaciente para o início da partida, pois o hino é uma das últimas cerimônias antes do início de jogos de futebol. O jogo se iniciou e grande parte dos presentes se sentou. Aos dois minutos do primeiro tempo o Brasil fez um gol, todos levantaram e gritaram: "Gooooool!", além disso, gritaram "*chupa artis!* e *chupa Xavi*", primeiro em alusão aos brasileiros que criticavam a seleção e aparentemente torciam contra, e segundo, em referência a um dos principais jogadores espanhóis Xavi Hernandez.

Notamos algo em relação à masculinidade e suas expressões no bar. A transmissão desse jogo era de nível mundial e, portanto, as câmeras enfocaram várias vezes a cantora Shakira presente no estádio, esposa do jogador espanhol Piqué. Quando as câmeras focalizavam o jogador, muitos homens no bar gritavam: "*Ah uhu a Shakira é nossa!*". Shakira é conhecida mundialmente por suas músicas (incluindo a música de abertura da Copa do Mundo de 2010 na África do Sul), mas também, tem uma imagem que se encaixa nas representações midiáticas do corpo da mulher como símbolo sexual. Portanto, quando os homens no bar cantavam: "*Ah uhu a Shakira é nossa!*", isso reforçava a heterossexualidade e, além disso, essa expressão no sentido de "possuir" uma mulher mostra-se um elemento importante de ratificação da masculinidade. Podemos notar assim que o futebol pode ser um meio pelo qual estudamos e analisamos nossa sociedade. De acordo com DaMatta (1982) o esporte de maneira geral é um modo por meio do qual a sociedade se deixa perceber. O futebol, não só o praticado, mas o vivido e discutido no Brasil é a principal maneira pela qual a sociedade fala e se apresenta.

No caso do Brasil, temos uma sociedade machista, tanto quanto os comentários acima, sociedade esta na qual frequentar um bar, especialmente para assistir a futebol é uma atividade considerada "coisa de homem". Sendo assim, concordamos com Guedes (2009) que o futebol promove representações coletivas sobre nós mesmos.

Numa jogada perigosa contra um jogador brasileiro os espectadores começaram a gritar cobrando que o juiz mostrasse um cartão amarelo (advertência) para o jogador espanhol. Como foi uma jogada considerada faltosa e "dura" demais, as pessoas ficaram muito excitadas e começaram a xingar o juiz de "*cornos*", além de incentivarem o jogador brasileiro a devolver a jogada com violência: "*quebra ele, arrebeta ele!*".

Aqui podemos notar um ponto com relação ao futebol ser um "jogo absorvente". Muito provavelmente as pessoas que gritavam por atos aparentemente violentos talvez estivessem tão envolvidas com o jogo que não perceberam que quebrar e arrebeta alguém possa ser um ato violento em si. A ideia que permeia aqui é que o torcedor fica desejoso que o jogador jogue mais seriamente.

Por volta dos 25 minutos do primeiro tempo uma atendente do bar foi até o sistema de som e aumentou o volume do áudio que era quase imperceptível pelo número de pessoas presentes. Quando o som foi aumentado (até certo momento o áudio era imperceptível), todos gritaram eufóricos como se fosse um gol e aplaudiram: "*uhuuu agora sim, agora ficou bom!*". Podemos notar aqui a interação com o áudio, um dos aspectos citados por Gastaldo (2005a) relacionados à recepção do futebol para os frequentadores do bar. Neste caso, o áudio fazia parte do jogo no qual os presentes assistiam.

Quando o árbitro marcou uma falta a favor do Brasil muito perto da área, todos gritaram para que o árbitro mostrasse o cartão vermelho (expulsão) para o jogador espanhol, mas isso não aconteceu. A falta foi cobrada, mas a bola passou muito longe do gol e todos irados xingaram muito: "*Vai tomá no cú!*". Novamente aqui observamos mais um dos aspectos levantados por Gastaldo (2005a), o do falar para todos e da relação com o que é visto e comentado antes mesmo de ser narrado. Os torcedores gritavam pelo cartão vermelho antes da TV sequer mostrar qual seria a atitude do árbitro. Foi uma interpretação dos presentes ali. Além disso, os atributos de levantar, xingar e gritar que são vistos nos estádios também acontecem nos bares e foram observados por nós aqui. Eles são proferidos num momento de raiva: uma decisão do juiz contra o seu time, um jogador que perde um gol ou erra um passe, entre outros. Podemos notar, assim, a presença das relações jocosas e agressivas durante todo o jogo, especialmente quando os torcedores se frustram.

Essa excitação criada pelo esporte pode ser intensa principalmente nos de

alto nível, como o futebol televisionado, e acabam assim, atraindo multidões (ELIAS e DUNNING, 1992). Essa excitação pode ser manifestada, como observamos, em gritos coletivos ou individuais e obedece aos indicativos do grupo, do local que se frequenta, no nosso caso, o bar, onde “ritos orais (...) põem em ação somente sentimentos e ideias coletivas e têm até a vantagem de nos deixar entrever o grupo, a coletividade em ação ou mesmo interação” (MAUSS, 1979, p. 149). Ainda segundo Mauss as expressões coletivas são sinais de expressões entendidas e os gritos são como frases e palavras que são emitidas porque todo o grupo entende, é uma ação simbólica.

Toledo (1996) ainda nos lembra de que a utilização de palavrões não pode ser pensada como sem sentido ou como forma de agressividade gratuita, mas ela faz parte de padrões de conduta e comunicação de conflitos e protestos no futebol.

Em certo momento, mesmo não havendo espanhóis presentes no bar, vários espectadores faziam piadas sobre os jogadores e a seleção espanhola: *"Ah...coitadinha da Espanha, tá tristonha porque tá perdendo?"*. Isso era feito de forma irônica e provocativa, mesmo que não houvesse nenhum torcedor adversário presente. Aqui novamente observamos as relações jocosas no futebol.

Notamos ainda que, quando um dos principais e mais famoso jogador do Brasil tocava na bola todos gritavam: *"Vai Neymar!"*. No decorrer do jogo a Espanha quase fez um gol, a bola já tinha passado pelo goleiro brasileiro em direção à meta, mas um zagueiro do Brasil tirou a bola quase em cima da linha do gol e o feito foi comemorado com a mesma euforia ou até mais que um gol. Outro fato é que quando a TV mostrava o replay do gol brasileiro muitos gritavam *"Gooo!"* quantas vezes a imagem era repetida. Pode parecer estranho gritar gol para uma imagem repetida, mas o gol é o auge de um jogo de futebol, gritar gol é a expressão máxima de prazer de um jogo e como a maioria no bar estava envolvida pela partida final, felizes com o resultado, repetiam os gritos de gol tantas vezes as imagens eram repetidas pela TV.

Durante a partida pouco se conversava, o foco era na TV, no jogo, no máximo um ou outro comentário para a pessoa ao lado, mas a fala era sempre em relação ao jogo. Quando a partida terminou todos estavam muito felizes, e continuaram no bar durante mais algumas horas comemorando a vitória do Brasil.

A quarta e última visita ao bar foi numa quarta feira, final da Recopa. Esta competição é pequena, e relativamente importante, pois é o duelo entre os times

campeões da Copa Sul Americana (neste caso o São Paulo) e da Copa Libertadores da América (no caso o Corinthians). Chegamos ao bar às 19:30h, o local estava vazio, poucos clientes, e na TV o jogo de vôlei entre Brasil e Rússia, jogo importante pela Liga Mundial de Vôlei, mas que não chamava a atenção dos presentes que mal olhavam para a TV.

Os clientes começaram a chegar por volta das 21:00h e às 21:30h, o bar estava completamente lotado pois o jogo começaria às 21:55h. Havia muitos corinthianos e muitos são paulinos uniformizados, mas não pareciam animados ou excitados, bem diferente do jogo do Brasil da final da Copa das Confederações. Isso talvez se dê pela importância e tradição da competição. Embora fosse um jogo entre os dois principais adversários paulistas, a competição não tem uma forte expressão dentro do cenário futebolístico.

Durante todo o jogo o foco era na TV, pouco se conversava, as pessoas prestavam atenção ao jogo e a cada lance perigoso gritavam: "*Uuuuu*". Quando o Corinthians fez o primeiro gol, os corinthianos pularam de suas cadeiras comemorando, gritando, rindo, enquanto os são paulinos só moviam suas cabeças em reprovação e tristeza. Quando o Corinthians fez o segundo gol, os torcedores já começaram a gritar: "*Acabou! Já era! Corinthians campeão!*", e os são paulinos começaram a xingar seu próprio time: "*Time de merda, tem que mudar, tem que mudar, desse jeito não dá!*". Essa reação dos torcedores do São Paulo mostra como eles se sentem envolvidos na eficiência do seu time. O futebol tem neste caso, uma influência forte na identidade individual e coletiva destas pessoas, corroborando com DaMatta (1994) e Guedes (2009).

Em todas as observações, embora de campeonatos diferentes, pudemos notar tanto enquadramentos nas categorias relativas à recepção do futebol midiático (GASTALDO, 2005a), bem como particularidades do Bar do João. Mas especialmente podemos dizer que o futebol é um jogo "absorvente" como afirma Geertz (2011) ao falar sobre a briga de galos, mas que podemos estender aos esportes modernos no sentido da fascinação e de sua profundidade. O jogo absorvente leva os espectadores para fora do cotidiano e das preocupações formais. No futebol o torcedor se envolve, se expressa, chora de tristeza porque seu time é eliminado do campeonato, grita com o jogador ao cometer um erro, xinga o juiz porque marcou aquela falta perigosa contra seu time, pula de alegria com o gol marcado, canta de felicidade ao ganhar um título. São mesclas de emoções

proporcionadas pelo futebol vivenciadas ao assistir aos jogos, como observamos no Bar do João.

O futebol só não admite ausência de significados, segundo Guedes (2002), e por isso, por meio das entrevistas, tentamos descobrir quais os significados de assistir aos jogos de futebol pelos frequentadores do Bar do João na cidade de Piracicaba, São Paulo.

4.2 As falas dos frequentadores do Bar do João

Foram entrevistadas 14 pessoas, seus nomes foram substituídos por letras em ordem alfabética para mantermos o sigilo dos mesmos, conforme quadro 2:

Quadro 2 – Especificações dos entrevistados quanto ao gênero, estado civil, profissão e idade.

ENTREVISTADO	GÊNERO	ESTADO CIVIL	PROFISSÃO	IDADE
A	homem	solteiro	fisioterapeuta	27
B	homem	solteiro	agente turístico	27
C	homem	solteiro	gerente de projetos	30
D	homem	solteiro	analista de sistemas	32
E	homem	solteiro	químico	30
F	homem	solteiro	funcionário público	28
G	homem	solteiro	funcionário público	24
H	homem	solteiro	empresário	29
I	homem	casado	gerente de projetos	31
J	homem	solteiro	publicitário	31
K	homem	solteiro	engenheiro	30
L	homem	casado	coord. de projetos	33
M	mulher	casada	procuradora jurídica	34
N	mulher	solteira	prof. educação física	29

Com relação ao gênero, foram entrevistados 12 homens e 2 mulheres. Esse número de homens entrevistados em relação a quantidade de mulheres no bar vem corroborar com a ideia de Gastaldo (2005b) de que o bar é um espaço masculino,

especialmente os que transmitem partidas de futebol televisionado. Estes partilham coletivamente do acesso ao mesmo produto de mídia: o jogo de futebol, esporte que embora tenha tido um aumento da participação feminina nos últimos anos, ainda é considerado um esporte predominantemente masculino.

O esporte de maneira geral tem grande participação masculina, bem como a assistência a espetáculos esportivos. Isso se alinha com o resultado da pesquisa realizada pela FGV/Mtur (2011) que traçou o perfil do público que viaja especificamente para eventos de futebol, no caso a Copa do Mundo. Em relação ao gênero, a pesquisa mostra que 83% destes são homens. “Os sentimentos de camaradagem masculina foram em grande parte relegados a atividades marginais, como o esporte ou outras atividades de lazer, ou ainda a participação na guerra” (GIDDENS, 2003, p. 55).

Os bares que transmitem as partidas de futebol talvez apresentem algumas características próprias dos estádios. Bandeira (2010) fala dos estádios de futebol como um contexto cultural específico, um local que institucionaliza práticas, ensina, produz e representa masculinidades.

Podemos perceber ainda neste ambiente dos bares aspectos profundos de masculinidade. A disposição de assumir riscos pelo simples fato de se estar presente no bar numa situação de enfrentamento do time adversário, o risco de ser gozado, ou assumir a posição de gozador. A lógica masculina da competitividade assumindo formas dos desafios verbais, ou do “falar para todos”, as relações jocosas futebolísticas em estado puro, na frente de todos.

Outro fator relacionado à identidade masculina é a questão do consumo de bebidas alcólicas no bar. Observamos em nossa pesquisa de campo, que com raras exceções, os homens consumiam cerveja. Gastaldo (2005b) fala que a autonomia é um valor importante na lógica da identidade masculina, portanto, consumir bebidas alcólicas é um desafio, o de “garantir a si mesmo”, de não depender de ninguém. Alguns dos entrevistados deixam isso bem claro:

“A cerveja é o diferencial do bar, no estádio não dá pra tomar uma né!”
(Entrevistado A)²⁹

“Ah você vê o jogo melhor no bar, toma uma cervejinha, o lugar é legal, sai

²⁹ Esse comentário sobre não poder consumir bebida alcólica no estádio aconteceu porque até a realização desta entrevista era proibido o consumo de bebidas alcólicas dentro dos estádios brasileiros.

um pouco de casa, durante a semana você dá uma relaxada e tal, ir no bar encontrar os parceiros e tomar uma cervejinha é muito bom!" (Entrevistado G).

Ao perguntar para F o que tem de diferente no Bar do João, ele respondeu categoricamente: *"cerveja sempre gelada"*.

O consumo de bebidas alcóolicas, especialmente a cerveja, tem assim uma forte relação com a masculinidade e com o bar. A entrevistada M apresenta sua percepção do bar como espaço masculino:

"Eu venho pelo bar, mas acho que eles gostam dos relacionamentos dos homens [ela se refere ao marido e aos amigos dele], por exemplo, hoje eu estou invadindo o espaço deles, mas normalmente eles gostam de estar juntos tomando uma cervejinha, entre os homens" (Entrevistada M). Esta talvez seja a visão que a entrevistada tem dos frequentadores do bar.

Com relação ao estado civil, dos 14 entrevistados, 11 são solteiros e 3 são casados. A pesquisa da FGV/Mtur (2011) também fala do estado civil do público que viaja para a Copa do Mundo de Futebol, 60% destes são solteiros. Este panorama também é notado no bar onde há mais solteiros que casados e mostra que este ainda é um espaço de encontros.

Com relação ao estado civil e a presença da mulher no bar um dos entrevistados diz o que significa para ele assistir ao futebol no bar:

"Pra mim é não ter que aguentar a mulher em casa (mesmo ele sendo solteiro), não tenho mulher agora mas quando eu tinha eu deixava em casa e vinha pro bar" (Entrevistado B). Isso talvez evidencie a visão do entrevistado de que o bar é um espaço para os homens, e novamente aqui notamos características de nossa sociedade.

Sobre a frequência para assistir jogos de futebol no bar, os entrevistados responderam da seguinte maneira: uma pessoa: raramente (entrevistado D); duas pessoas: uma vez por mês (entrevistados E, M); duas pessoas: somente em jogos importantes (entrevistados J, N); quatro pessoas: uma vez por semana (entrevistados A, C, I, L); e, cinco pessoas: duas ou mais vezes por semana (entrevistados B, F, G, H, K).

Ao fazer esta pergunta sobre a frequência no bar, o entrevistado H relata:

"Frequento o bar quase cinco vezes por semana, sendo no Bar do João minha maior frequência".

Podemos notar por esses números que a maioria dos entrevistados assistem a jogos de futebol no bar regularmente (nove pessoas frequentam uma, duas ou mais vezes por semana) e essa frequência é muito maior que no estádio segundo os mesmos sujeitos. Isso talvez ocorra pela facilidade de deslocamento e de certa forma econômica para se frequentar o bar em contrapartida ao estádio.

Perguntamos aos entrevistados se usavam no bar algum dispositivo eletrônico como TV digital portátil, celular ou rádio, para acompanhar os jogos de futebol, além da televisão. Dos 14 entrevistados, 12 não utilizavam nenhum dispositivo e 2 usavam o celular para acompanhar outros jogos da rodada da competição, principalmente se o resultado destes jogos interferisse no jogo que estava assistindo. Isso talvez demonstre que o mais importante no bar é estar assistindo aos jogos na companhia de outros, vivenciado o momento presente e utilizando dispositivos eletrônicos.

Um dos entrevistados que usavam algum dispositivo durante a assistência aos jogos de futebol detalha bem como o fazia:

"Eu acesso o Facebook pelo celular no bar e quando vou no estádio uso a internet pelo celular também, ou para ouvir alguma rádio que está narrando o jogo ou no site de esportes da Globo pra saber sobre os outros jogos, e tem também as mensagens que o pessoal manda" (Entrevistado A).

Com relação à pergunta central de nossa pesquisa "quais os significados de se assistir ao futebol no bar?", todos os entrevistados disseram que os significados de se assistir ao futebol no bar era pelo prazer de se estar com os amigos, a amizade, a cerveja, confraternizar ou estar com o grupo, e que era muito melhor assistir com os amigos no bar do que sozinho em casa, ressaltando assim o interesse social do lazer.

"Gosto do ambiente, da amizade" (Entrevistado C).

"Quase não venho no bar, mas quando faço é pela companhia dos amigos" (Entrevistado D).

"O ambiente no bar é muito bom, e estar com os amigos é o que importa" (Entrevista I).

"Significa estar junto com os amigos" (Entrevistado L).

"Eu venho pelo bar, pelo amigos" (Entrevistada M).

Os entrevistados C, D, I, L e M, falam que gostam do ambiente do bar e que o significado de assistir os jogos no bar é estar na companhia de amigos.

Já o entrevistado A inclui a cerveja gelada e o replay pela TV como importantes para se assistir o futebol no bar.

“Aqui no bar tem a cerveja gelada, o replay pela televisão mas principalmente a companhia dos amigos” (Entrevistado A).

Alguns entrevistados enfatizam que o principal é estar confraternizando, em festa, estar com a “galera” ao invés de assistirem os jogos sozinhos.

“Acredito que o mais interessante seja a reunião e a confraternização, até mesmo quando é de time, às vezes quando são jogos em São Paulo a gente assiste contra (o entrevistado é corinthiano) com o pessoal também, é uma forma de confraternizar e acaba sendo mais interessante assistir o jogo com os amigos do que sozinho” (Entrevistado E).

“Pra mim o clima é diferenciado, assistir com a galera é diferente de assistir em casa, aqui é melhor que assistir em casa sozinho” (Entrevistado F).

“Assistir o futebol no bar pra mim significa confraternização entre os amigos né, o mais gostoso é isso, porque assistir, assistir mesmo a gente assiste melhor em casa. Em casa você assiste mesmo, você vê o jogo, aqui é aquela bagunça, você enxerga e às vezes você não enxerga, fica conversando” (Entrevistado H).

“Pra mim é a confraternização, no bar é bem melhor independente se meu time vai ganhar ou perder, é bem melhor ter mais pessoas, independente se está torcendo pra seleção ou não, aqui hoje todo mundo está torcendo a favor, acho mais pela integração das pessoas, tá junto né, com um objetivo comum, fica muito mais agradável, muito mais divertido, um lazer maior do que simplesmente assistir em casa só você e a TV” (Entrevistado J).

“É desculpa pra ter festa e estar com os amigos!” (Entrevistado K).

Mais uma vez podemos destacar o futebol como um “jogo absorvente”. Notamos que a assistência aos jogos no bar é uma forma de festejar no bar, e o futebol é o motivo para isso. Algumas respostas também trazem outros elementos que justificam a escolha de assistir aos jogos no bar como conhecer novas pessoas e consumir bebida alcoólica.

Para uma das mulheres entrevistadas o significado de se assistir ao futebol no bar tem praticamente os mesmos aspectos que para os homens:

“Eu venho no bar pelo jogo e pelos amigos, o ambiente é muito diferente de casa, o público, é um estímulo maior que a gente não tem em casa” (Entrevistada N). Perguntamos o que tem de tão diferente em casa e ela prossegue: *“em casa é*

mais tranquilo, mais confortável, mas no bar tem os amigos, a torcida adversária, os comentários, as provocações e comemorações mais exaltadas". Aqui podemos observar como o jogo absorvente é destacado quando ela cita as comemorações exaltadas e os comentários. Além disso, notamos também as relações jocosas de Gastaldo (2005a) quando a entrevistada cita as provocações.

Um dos entrevistados embora nos tenha dito que gosta de estar no bar com os amigos afirma:

"Vou no bar até sozinho, se estiver passando jogo, mesmo sem combinar com alguém eu digo ahh tá passando um jogo eu vou no bar, e lá sempre encontro alguém" (Entrevistado B). Este sujeito parece ser o único dentre os entrevistados que coloca em primeiro lugar o futebol, embora não deixe o interesse social de lado, pois ele poderia assistir ao jogo em casa, mas o faz no bar pela oportunidade do encontro com pessoas.

Marcellino (2012) ao falar dos equipamentos não específicos do lazer comenta que o bar vem perdendo sua característica de ponto de encontro. Nossa pesquisa vem mostrando, pelo contrário, o bar é, para muitos, o ponto de encontro ideal pois une pessoas, amigos, bebida alcoólica e futebol.

Notamos na fala dos entrevistados a questão da sociabilidade no lazer. Os interesses sociais no lazer encontram sua satisfação em bailes, clubes, associações, e estabelecimentos comerciais que servem de ponto de encontro para pessoas com interesses comuns. Em geral esse interesse social se relaciona a outro interesse do lazer, arte, esporte e serve de "desculpa" para a satisfação do social (MARCELLINO, 2012).

A noção de sociabilidade do sociólogo e filósofo alemão Georg Simmel, cabe bem ao nosso estudo sobre futebol. Ele definiu sociabilidade como sendo "a forma lúdica da sociação" (SIMMEL, 1983, p. 168). Para o autor, quando há interação na qual os participantes se mostram ao mesmo tempo interessados e descomprometidos, autonomizando suas atuações no sentido de evitar qualquer demonstração de um interesse objetivo nos assuntos tratados existe aí a sociabilidade. O tipo de conversa ocorrente nos bares é um exemplo disso.

Essa noção de sociabilidade cabe bem à justificativa do entrevistado H sobre o diferencial do Bar do João:

"Me sinto muito à vontade no Bar do João porque há uma grande proximidade dos proprietários com seus clientes, e sendo assim cativei muitas amizades

diferentemente de outros lugares. No Bar do João posso chegar sozinho, qualquer hora e qualquer dia que serei bem recebido e com pessoas agradáveis pra trocar uma ideia, mesmo que não tenha nenhum conhecido, é uma oportunidade para fazer novas amizades e gosto muito disso”.

Talvez por se aproveitarem dessa questão da sociabilidade, muitas empresas, especialmente as grandes marcas de cerveja, produzem os comerciais de televisão de uma forma a mostrar que é muito mais divertido assistir ao jogo no bar com os amigos do que em casa.

Outra questão que podemos levantar com relação a assistência aos jogos no bar é o associativismo. O associativismo é o meio de organizar um grupo de pessoas com um mesmo interesse, e é diferente do sentido de sociabilidade. Oliveira (1981) propõe que a participação associativa não necessariamente precisa se focar numa associação formal. Ele contempla algumas características associativas que podemos relacionar com os frequentadores dos bares. Uma delas é a participação através de relações interpessoais onde as pessoas se conhecem e tem um contato face a face. Podemos notar essa característica em nossos entrevistados que estavam presentes no mesmo local, interagem uns com os outros, através de olhares e conversas em grupos pequenos.

Outra característica é a que se exterioriza por meio dos grupos. Um relacionamento entre conhecidos em escala ampliada que ocorre em reuniões, festas e churrascos. Podemos extravasar esta característica para o bar. Havia, em nossas observações e isso se confirmou nas entrevistas, vários grupos de amigos e conhecidos em grande escala, sentados juntos e interagindo.

Podemos considerar esses pontos levantados por Oliveira (1981) como pertencendo ao grupo observado porque de uma forma ou de outra todos os entrevistados tinham um interesse em comum que era explícito: assistir ao jogo de futebol, porém, estavam vivenciando também o interesse social do lazer.

Sobre o futebol, o entrevistado A nos traz mais informações:

“Pra mim é passatempo, eles, os jogadores, ganham muito dinheiro em cima de nós, por exemplo, você vai comprar uma camiseta igual a essa (ele mostrou a que vestia) que lançou essa semana e custa R\$200 reais³⁰!!! Um absurdo! Futebol não muda nada, se tem ou não tem, mas se tem a gente assiste” (Entrevistado A).

³⁰ Preço aproximado de uma camisa de futebol oficial a venda nas principais lojas de materiais esportivos e lojas especializadas dos clubes em 2013.

Nota-se que o entrevistado A embora na sua fala diga que é indiferente com relação ao futebol, mesmo criticando o lucro dos clubes e jogadores, compra e veste a camisa do seu time que considera muito cara. Podemos assim dizer que para ele, embora diga que não, o lazer e o futebol tem um papel importante em sua vida.

Ainda sobre assistir ao futebol no bar, o sujeito F disse que o local tem o clima diferenciado, pedimos então que ele se explicasse melhor: *“no Bar do João há pessoas que torcem a favor do seu time e contra seu time, isso gera uma provocação entre os torcedores dos dois times, isso é o gostoso no futebol”*.

Uma das entrevistadas (que acompanhava o marido presente no bar), além de ser uma das únicas duas mulheres entrevistadas justifica seu interesse social claramente acima do futebol:

“Venho de vez em quando de intrusa, menos de uma vez por mês, e eu venho por causa do bar não por causa do futebol, porque também venho em dias que o bar oferece música ao vivo, adoro vir nos dias de calor depois do trabalho e sentar numa mesa na rua, é muito bom, o ambiente é simples e agradável”
(Entrevistada M).

Todas essas falas nos trouxeram dados para traçarmos um panorama sobre a assistência aos jogos de futebol no bar. Vimos que, embora se fale em futebol como sendo um dos motivos para estar no bar, a principal justificativa dos entrevistados foi o interesse social.

Ao término das observações e das entrevistas notamos algo singular. Nas entrevistas, todos os sujeitos embora comentassem sobre o futebol, sua justificativa para frequentar o bar é o interesse social do lazer, para reunir-se com amigos, conhecer novas pessoas, cultivar novas amizades. Porém, ao observarmos os mesmos sujeitos com relação à posição de suas cadeiras e mesas, a maioria deles estava posicionada em frente à TV, e mesmo quando estavam comendo, bebendo ou conversando com seus amigos à mesa, estavam sempre atentos ao jogo de futebol transmitido.

Este panorama nos mostra o quão envolvente e absorvente é o jogo de futebol. Embora na fala a justificativa seja o conteúdo social, sem perceberem, os frequentadores não deixam de lado o jogo. Faz parte da assistência nos bares o que Bale (2002) chama de *‘collective enjoyment’* ou *‘shared communal experience’* (divertimento coletivo ou partilhamento de uma experiência em comum), que é diferente de assistir em casa ou no estádio.

Também, sobre a vestimenta dos entrevistados, mesmo ao dizer que iam ao bar pelos amigos, vestiam as camisas de seus times que jogariam naquela tarde/noite. Essa vestimenta vem mostrando o quanto o futebol está ligado à identidade individual e coletiva das pessoas. Vestir a camisa do seu time o identifica como pertencendo a um grupo ou estilo de pessoas.

Os comentários nas mesas e as piadas giravam em torno do futebol. Essa falação sobre o esporte e as relações jocosas fazem parte deste fenômeno e o futebol é considerado como esporte nacional por ser tematizado o tempo todo (GASTALDO 2005a; GUEDES, 2009).

Todos eles poderiam assistir aos jogos de futebol em casa, sozinhos ou com amigos, mas escolheram estar presentes juntos no bar, o que nos demonstra uma das principais características do lazer: a opção. Escolheram por diferentes motivos o Bar do João, um bar com características futebolísticas, com grande oferta de transmissão de jogos de vários campeonatos. Isso nos mostra como os conteúdos culturais do lazer se inter-relacionam, e como o interesse social está intrinsecamente conectado ao conteúdo físico-esportivo, proporcionando assim possibilidades de desenvolvimento individual e social na vivência do lazer.

É fundamental considerar outras dimensões do lazer além da prática, e o bar proporciona outra dimensão, a assistência, que é essencialmente importante para o interesse físico-esportivo do lazer. Vemos o quão frequente é a oposição, os valores entre prática e assistência, mas ambas são consideradas para a vivência da cultura esportiva (DUMAZEDIER, 1980).

No nível de valores, a assistência é considerada passiva enquanto a prática é ativa, porém, Dumazedier (2004) e Marcellino (2012) ressaltam que quando tratamos de atividade e passividade relacionamos uma questão de atitude com os interesses escolhidos, atitude que a pessoa assume em relação às atividades de lazer. Podemos assim notar, tanto em nossas observações de maneira geral, bem como nas entrevistas atitudes ativas das pessoas em relação ao conteúdo assistido. Ao se posicionar verbalmente, opinar, xingar, conversar, rir, discutir, essas pessoas mostram essas atitudes ativas e não características passivas em relação ao consumo dos jogos.

Além disso, temos que nos atentar que a grande maioria da população assiste ao futebol pela televisão, e que muitos talvez só tenham a oportunidade do acesso ao interesse físico-esportivo por esse meio.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O futebol é o esporte nacional que mobiliza e apaixona as pessoas, a sociedade brasileira fala e se apresenta por meio dele. O país praticamente para quando é dia de jogo da Copa do Mundo. Pode-se estudá-lo sob muitos pontos de vista, e o escolhido por nós foi pelo viés da cultura e do lazer. É praticado por muitas pessoas como atividade de lazer e é tematizado o tempo todo. No caso do Brasil, é o futebol que nos faz patriotas, é a identidade brasileira, o país do futebol.

Apresentamos exemplos internacionais refletidos à luz do nosso futebol. Levantamos aspectos de outros esportes praticados em alguns países para tentarmos identificar essa paixão por determinada modalidade esportiva. Destacamos o críquete na Índia, o rúgbi na África do Sul e o futebol australiano na Austrália, e, seja o esporte ‘importado’ da Inglaterra como o futebol, o críquete e o rúgbi, ou, o inventado pela própria nação como o caso do futebol australiano, essas modalidades são para seus respectivos países muito mais que um esporte. Assim como para os brasileiros, essas manifestações corporais tem a ver com sua identidade cultural, seu desenvolvimento político, sua vida, seu lazer, faz parte do cotidiano.

Portanto, com tudo que observamos concluímos que o futebol é um “jogo absorvente”, porque nega à razão, excita, promove paixões e apostas, faz parte da cultura de um povo e este se expressa por meio desse jogo. Os participantes são como que “absorvidos” pelo espetáculo. Além disso, o esporte é um dos principais meios de identificação coletiva na sociedade moderna, fonte de significados.

Como vimos, a assistência ao espetáculo esportivo, seja presencial ou por meio da televisão tem sido pouco estudada, porém, não somente a prática, mas também o conhecimento e a assistência são importantes para os interesses físico-esportivos. Há a possibilidade de vivenciar ao mesmo tempo vários interesses ou conteúdos culturais do lazer. Não podemos opor assim, prática e assistência. Tanto a prática quanto a assistência podem ser ativos ou passivos dependendo da atitude do indivíduo em relação a eles. Podemos afirmar que esses dois interesses ou conteúdos culturais do lazer, social e físico-esportivo, estão intrinsecamente ligados e promovem possibilidades de desenvolvimento individual e social na vivência do lazer.

Atualmente, o bar, equipamento não-específico de lazer, tem-se mostrado como um local de fácil acesso devido ao custo e proximidade dos espectadores para assistir aos jogos, além da grande oferta de estilos e tipos diferentes de bares que transmitem os jogos de futebol para a escolha dos indivíduos. O bar como espaço para a assistência aos jogos de futebol pela TV proporciona além do jogo em si a reunião de pessoas, a festa na companhia de amigos. A vivência no bar promove novas formas de sociabilidade, privilegia os sentimentos de pertencimento a um determinado grupo social, de identidade coletiva, de presença entre iguais, e é um espaço de sociabilidade. Assistir no bar é diferente de assistir ao jogo em casa ou no estádio.

Trouxemos assim detalhes das observações no bar escolhido para nossa pesquisa, o Bar do João, com base na pergunta: o que significa assistir ao futebol no bar? Notamos em nossas observações que o público se comporta de maneira diferente dependendo da competição, alguns jogos com mais ou menos emoção. Observamos que são frequentes as brincadeiras e piadas entre os frequentadores do bar, realçando assim as relações jocosas. Os comentários durante os intervalos de jogo, e no fim, quase sempre se relacionavam a futebol, o que nos remete à “falação” esportiva.

O posicionamento das mesas e cadeiras em relação a TV demonstra o interesse das pessoas no jogo. Além disso, muitos estavam uniformizados, mas não eram a maioria, os que vestiam a camisa do seu time demonstravam assim sua identidade. Em especial, no jogo do Brasil contra a Espanha pudemos notar que a maioria vestia a camisa da seleção brasileira e os que não a tinham vestiam camisas verde e amarelas em alusão ao Brasil, demonstrando assim uma identidade coletiva. Na maioria dos jogos observados a torcida era mista, no entanto, no jogo do Brasil a torcida era única.

Observamos também que o “falar para todos”, ou seja, frases ditas em voz alta com um tom de bom humor, eram muito comuns em todos os dias observados, e inclusive houveram muitos gritos e xingamentos, não para ofensa ao outro mas como um ato simbólico, um pertencimento a um grupo, uma linguagem entendida e aceita pelos que assistem e torcem pelo futebol.

Com nossos entrevistados, pudemos entender melhor quais os significados de se assistir aos jogos de futebol no bar. Quanto ao gênero de nossos sujeitos da pesquisa, identificamos a maioria de homens, isso nos mostra que o bar ainda é

considerado um espaço masculino. Também, identificamos mais solteiros que casados, destacando assim, que o bar é um local de possibilidade de encontros. A maioria de nossos entrevistados assistem aos jogos de futebol no bar com frequência e praticamente não utilizam dispositivos eletrônicos para acessar conteúdo sobre futebol durante os jogos, demonstrando interesse no mundo real, no contato com as pessoas e não no mundo virtual.

Sobre os significados de se assistir aos jogos de futebol no bar, os sujeitos responderam que são: a amizade, os amigos, o encontro, a festa e a confraternização, isso nos mostra quão forte é para estes sujeitos a questão da sociabilidade. E embora o bar seja um equipamento não-específico de lazer, ele proporciona a vivência deste conteúdo de forma intensa.

Tanto em nossas observações, bem como nas entrevistas, pudemos identificar os dois conteúdos do lazer. Pelas entrevistas ficou mais evidente o conteúdo social e pelas observações identificamos também o interesse físico-esportivo. Notamos a questão da atividade e passividade nesta modalidade de assistência aos jogos de futebol. Os entrevistados e outras pessoas presentes no bar mostraram uma atitude ativa com relação à atividade em si, por meio de expressões verbais, comentários, piadas, demonstrando ter espírito crítico em relação ao jogo consumido e não somente uma posição passiva.

Esse trabalho traz elementos novos com relação à assistência num momento em que vamos vivenciar em nosso país dois megaeventos esportivos, a Copa do Mundo de Futebol em 2014 e as Olimpíadas em 2016. Embora esses eventos aconteçam no Brasil, a grande maioria da população só terá acesso a eles por meio da televisão. Há, portanto, uma forte tendência à assistência desses eventos, principalmente nos bares.

A principal contribuição desta investigação é que pudemos identificar quais os significados que a assistência aos jogos de futebol no bar tem para as pessoas. Sendo uma atividade que faz sentido para elas, tem um conjunto de significados em suas vidas, fazendo parte de sua identidade cultural, e é uma forma de estudarmos a sociedade. Além disso, pudemos conhecer melhor o bar, equipamento não-específico de lazer. Esse conhecimento poderá contribuir para o debate na área da Educação Física com relação à saúde, ao sedentarismo e aos hábitos das pessoas na atualidade.

A assistência também tem se mostrado como um dos gêneros do lazer mais acessíveis hoje em dia. O futebol pode ser assistido em casa, nos bares e em outros estabelecimentos, e talvez seu acesso seja mais fácil do que a própria prática. Vimos por meio das observações e das entrevistas que a assistência tem se mostrado muito significativa para as pessoas e talvez seja o principal meio de acesso ao conteúdo físico-esportivo.

Espera-se que esse trabalho possibilite a ampliação do diálogo e debate na área da Educação Física e no campo do lazer e que possa ser referência para novos estudos relacionados à assistência ao futebol.

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – CAPES – Brasil.

REFERÊNCIAS

- AQUINO, R. S. L. **Futebol, uma paixão nacional**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2002.
- APPADURAI, A. Playing with Modernity: The Decolonization of Indian cricket. *In*: _____. **Modernity at Large: cultural dimensions of globalizations**. 7ed. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2005.
- ARCHETTI, E. P. Nationalisme, football et polo. **Terrain**, n. 25, p. 73-90, sept., 1995.
- _____. **Masculinities. Football, polo and the tango in Argentina**. Oxford, New York: Berg, 1999.
- AUGÉ, M. **Não lugares: Introdução a uma antropologia da supermodernidade**. 9 ed. Campinas/SP: Papyrus; 2012.
- BALE, J. Virtual Fandoms: futurescapes of football. *In*: BROWN, A. **Fanatics! Power, identity and fandom in football**. London: Taylor & Francis e-Library, 2002.
- BANDEIRA, G. A. Um currículo de masculinidades nos estádios de futebol. **Revista Brasileira de Educação**, v.15, n.44, maio/ago, 2010.
- BARRAL, G. L. L. Espaços de Lazer e culturas jovens em Brasília: o caso dos bares. **Dissertação de Mestrado**, Departamento de Sociologia, Universidade de Brasília, 2006. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/10482/5557>>. Acesso em 22 out 2012.
- BELLOS, A. **Futebol: o Brasil em campo**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003.
- BETTI, M. **A janela de vidro: esporte, televisão e educação física**. Campinas: Papyrus, 1998.
- _____. Esporte, Entretenimento e Mídias: implicações para uma política de esporte e lazer. **Impulso**, Piracicaba, v.16, n.39, p. 83-89, 2005.
- BLACK, D. R.; NAURIGHT, J. **Rugby and the South African Nation: Sport, Cultures, Politics, and Power in Old and New South Africas**. United Kingdom: Manchester University Press, 1998.
- BOURDIEU, P. **Sobre a televisão**. Oeiras: Celta Editora, 1997.
- BROMBERGER, C. As práticas e os espetáculos esportivos na perspectiva da etnologia. **Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, ano 14, n. 30, p. 237-253, jul./dez., 2008.
- BRUHNS, H. T. **Futebol, carnaval e capoeira: entre as gingas do corpo brasileiro**. Campinas, SP: Papyrus, 2000.
- BRUYNE *et al.* **Dinâmica da pesquisa em ciências sociais**. 3ed. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1991.

CAILLOIS, R. **Os jogos e os homens**. Lisboa: Portugal, 1990.

CARDOSO, G. *et al.* Media, Futebol e Identidade na Sociedade em Rede. **Observatório (OBS), Journal 1**, p.119-143, 2007. Disponível em: <<http://www.obs.obercom.pt/index.php/obs/article/viewArticle/59>>. Acesso em 10 fev 2013.

CASTELLS, M. **A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura**. Volume 2: O Poder da Identidade. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2003.

DAMATTA, R. **Carnavais, malandros e heróis: para uma sociologia do dilema brasileiro**. Zahar Editores, 1979.

_____. Esporte na Sociedade: um ensaio sobre o futebol brasileiro. In: _____. (org). **Universo do Futebol: Esporte e sociedade brasileira**, Pinakothek, 1982.

_____. Antropologia do óbvio: Notas em torno do significado social do futebol brasileiro. **Revista Dossiê Futebol**, São Paulo: USP, 1994.

DAMO, A. S. Para o que der e vier: o pertencimento clubístico no futebol brasileiro a partir do Grêmio Foot-Ball Porto Alegrense e seus torcedores. **Dissertação** (Mestrado em Antropologia Social) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 1998.

_____. **Futebol e identidade social: uma leitura antropológica das rivalidades entre torcedores e clubes**. Porto Alegre: Editora da Universidade (UFRGS), 2002.

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

DAOLIO, J. **Cultura: educação física e futebol**. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 1997.

_____. As contradições do futebol brasileiro. **Lecturas: Educación Física y Deportes**. Ano 3, Nº 10. Buenos Aires, 1998. Disponível em: <<http://www.efdeportes.com/efd10/daolio1.htm>> Acesso em 22 jan de 2014.

DUMAZEDIER, J. **Valores e conteúdos culturais do lazer**. São Paulo: SESC, 1980.

_____. **Sociologia empírica do lazer**. 2.ed. São Paulo: Perspectiva, 1999.

_____. **Lazer e Cultura Popular**. 3 ed. Editora Perspectiva S.A. São Paulo, 2004.

ECO, H. **Viagem na irrealidade cotidiana**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

ELIAS, N.; DUNNING, E. **A busca da excitação**. Lisboa: DIFEL, 1992.

FGV. Fundação Getúlio Vargas. **Perfil do público estrangeiro na Copa da África do Sul 2010**. Ministério do Turismo, 2011.

GASTALDO, E. L. “Os campeões do século”: Notas sobre a definição da realidade no futebol-espetáculo. **Rev. Bras. Cienc. Esporte**, v.22, n.1, p.105-124, 2000.

_____. **Pátria, chuteiras e propaganda: o brasileiro na publicidade da Copa do Mundo**. São Leopoldo, RS: Ed. Unisinos, 2002.

_____. A recepção coletiva de futebol midiaticizado: apontamentos etnográficos. **Encontro anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-graduação em Comunicação**. COMPÓS, XIV, Niterói, Rio de Janeiro, 2005a.

_____. “O complô da torcida”: futebol e performance masculina em bares. **Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, ano 11, n. 24, p. 107-123, jul./dez. 2005b.

_____. A pátria na “imprensa de chuteiras”: futebol, mídia e identidades brasileiras. In: GASTALDO, E. L.; GUEDES, S. L. (orgs.). **Nações em campo: Copa do Mundo e identidade nacional**. Niterói: Intertexto, p. 87-102, 2006.

_____. Ritos da nação: Uma videoetnografia da recepção coletiva da Copa do Mundo no Brasil. **Rev. Bras. Cienc. Esporte**, Campinas, v.31, n.1, p. 209-222, setembro, 2009.

GASTALDO, E. L. *et al.* Futebol, Mídia e Sociabilidade: uma experiência etnográfica. **Cadernos IHU Ideias**, ano 3, n.43, Unisinos, 2005. Disponível em: <http://www.ludopedio.com.br/rc/upload/files/053031_Gastaldo_Futebol,%20midia%20e%20sociabilidade.pdf>. Acesso em 12 jan 2013.

GIDDENS, A. **A transformação da intimidade sexualidade, amor e erotismo nas sociedades modernas**. São Paulo: UNESP, 2003.

GUEDES, S.L. De criollos e capoeiras: notas sobre futebol e identidade nacional na Argentina e no Brasil. **XXVI Encontro Anual da ANPOCS**, 2002. Disponível em: <http://www.ludopedio.com.br/rc/upload/files/043411_Guedes%20-%20Notas%20sobre%20futebol%20e%20identidade%20nacional%20na%20Argentina%20e%20no%20Brasil.pdf>. Acesso em 15 set 2012.

_____. Que “povo brasileiro” no campo de futebol?. **Revista Razón y Palabra**, n.69, 2009. Disponível em: <<http://www.razonypalabra.org.mx/QUE%20POVO%20BRASILEIRO%20%20NO%20CAMPO%20DE%20FUTEBOL.pdf>>. Acesso em 15 set 2012.

_____. **Palestra**: “proferida no II Colóquio Educação Física e Ciências Sociais em diálogo realizada em 24 de novembro de 2012 na Universidade Metodista de Piracicaba, São Paulo, 2012.

GEERTZ, C. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro, RJ: LTC, 2011.

HALL, S. **A identidade cultural na Pós-Modernidade**. Rio de Janeiro, DP&A Editora, 1997.

_____. Encoding/Decoding. Culture, Media, Language: working papers in cultural studies, 1972-1979. London: Hutchinso/CCCS, 1980. *In*: _____. **Da diáspora: identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: Editora UFMG; Brasília: Representante da UNESCO no Brasil, 2003.

HUIZINGA, J. **Homo Ludens: o jogo como elemento da cultura**. São Paulo: Perspectiva, 1971.

IBOPE MEDIA. **Esporte Clube Ibope Media**, 2011. Disponível em: < http://www4.ibope.com.br/maximidia2011/apresentacao_exclusiva/>. Acesso em 22 mai 2012.

KHONDKER, H. H. **Cricket, Colonialism, Culture, And Cosmopolitanism**. National University of Singapore, 2005.

MARCELLINO, N.C. **Estudos do lazer: uma introdução**. 5ed. Campinas, SP: Autores Associados, 2012.

MAUSS, M. Ensaio sobre a dádiva, forma e razão da troca nas sociedades arcaicas. *In*: _____. **Sociologia e antropologia**. v. 2. São Paulo: EPU/EDUSP, 1974.

_____. A expressão obrigatória de sentimentos. *In*: OLIVEIRA, R. C. (org.). **Mauss**. São Paulo: Ática, 1979.

MINAYO, M. C. S. (org.). **Pesquisa Social: teoria, método e criatividade**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1994.

MISKIW, M. Nas controvérsias da várzea : Trajetórias e retratos etnográficos em um circuito de futebol da cidade de Porto Alegre. **Tese**. Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Escola de Educação Física. Programa de Pós-Graduação em Ciências do Movimento Humano, 2012.

NANDY, A. **The Tao of Cricket**. London: Viking, 1989.

OLIVEIRA, P. S. É o brasileiro associativo? **Leituras Celazer**. São Paulo: SESC, 1981.

PIRES, G. L. O esporte e os meios de comunicação de massa: relações de parceria e tensão. Possibilidades de superação? *In*: GRUNENVALDT, J.T. (Org.). **Educação física, esporte e sociedade: temas emergentes**. São Cristóvão: DEF/UFS, 2007.

PORTO, E. As pessoas assistem cada vez mais a tv. Entrevista. **Revista Época Negócios**. Ed. Globo. 26 mai. 2010. Disponível em: < <http://epocanegocios.globo.com/Revista/Common/0,,EMI143244-16355,00-AS+PESSOAS+ASSISTEM+CADA+VEZ+MAIS+A+TV.html>>. Acesso em: 01 fev. 2012.

SANTOS, D.; AZEVEDO, A. A. Os torcedores nos bares do DF: secundarização, identificação e sociabilidade na capital. *In*: AZEVEDO, A. A. (org). **Torcedores, mídia e políticas públicas de esporte e lazer no Distrito Federal**. Brasília: Thesaurus, 2008.

SEVERINO, A.J. **Metodologia do Trabalho Científico**. São Paulo: Editora Cortez, 2007.

SIMMEL, G. Sociabilidade: um estudo de sociologia pura ou formal. *In*: MORAES FILHO, E. (Org.). **Sociologia**. São Paulo: Ática, 1983.

STIGGER, M. P. Futebol de veteranos: um estudo etnográfico sobre o esporte no cotidiano urbano. **Movimento**, ano IV, n.7, 1997.

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

_____. **No país do futebol**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2000.

VEAL, A. J.; LYNCH, R. **Australian Leisure**. 2nd edition. Australia: Pearson Education, 2001.

VOGEL, A. O momento feliz: reflexões sobre o futebol e o ethos nacional. *In*: DAMATTA, R. (org.). **Universo do futebol: esporte e sociedade brasileira**. Rio de Janeiro: Pinakotheke, 1982.

WEED, M. The Story of an Ethnography: The Experience of Watching the 2002 World Cup in the Pub. **Soccer and Society**, vol.7, n.1, pp.76-95, 2006.

WILLIAMS, R. **Keywords: a vocabulary of culture and society**. Revised edition. New York: Oxford University Press, 1999.

ANEXOS

ANEXO A – Certificado de aprovação do Comitê de Ética em Pesquisa

 UNIMEP Universidade Metodista de Piracicaba	Comitê de Ética em Pesquisa CEP-UNIMEP
<h1>Certificado</h1>	
<p>Certificamos que o projeto de pesquisa intitulado <i>“Lazer e futebol: análise da assistência de jogos em bares e estádios”</i>, sob o protocolo nº <i>88/12</i>, da pesquisadora <i>Profa. Cinthia Lopes da Silva</i> esta de acordo com a Resolução 196/96 do Conselho Nacional de Saúde/MS, de 10/10/1996, tendo sido aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa – UNIMEP.</p>	
<p>We certify that the research project with title <i>“Leisure and Soccer: analysis of audience in bars and stadiums”</i>, protocol nº <i>88/12</i>, by Researcher <i>Profa. Cinthia Lopes da Silva</i> is in agreement with the Resolution 196/96 from Conselho Nacional de Saúde/MS and was approved by the Ethical Committee in Research at the Methodist University of Piracicaba – UNIMEP.</p>	
 Prof. Dr. Rodrigo Batagello Coordenador CEP - UNIMEP	Piracicaba, 25 de setembro de 2012

ANEXO B – Adendo do parecer de aprovação do Comitê de Ética em Pesquisa

Comitê de Ética em Pesquisa



PARECER CONSUBSTANCIADO DO COMITÊ DE ÉTICA EM PESQUISA DA UNIMEP

Protocolo nº: 88/12

Título do Projeto de Pesquisa:	“Lazer e Futebol: análise da assistência de jogos em bares e estádios”
Pesquisador (a) Responsável:	Milena Avelaneda Origuela
Orientador (a):	Profa. Dra. Cinthia Lopes da Silva
Instituição Responsável:	Universidade Metodista de Piracicaba
Local da Pesquisa:	Universidade Metodista de Piracicaba

Segundo a Resolução CNS 196/96, do Conselho Nacional de Saúde, de 10/10/96, o protocolo foi considerado:

Aprovado

Com pendência.

Retirado.

Não aprovado

Aprovado e encaminhado para apreciação pela CONEP/MS, nos casos previstos no capítulo VIII, item 4.c.

Fluxo do Processo: Recebido em: 29/08/2012 1º Parecer: 25/09/2012 Adendo: 18/09/2013 1º Parecer do adendo: 29/10/2013	Cronograma de execução da pesquisa: Início: 1º semestre/2012 Término: 2º semestre/2014 Entrega de relatório: 1º semestre/2015
---	--

Pesquisa Institucional relacionada:

<input type="checkbox"/>	Fundo de Apoio a Pesquisa
<input type="checkbox"/>	Atividade do docente no Regime de Dedicção
<input type="checkbox"/>	Iniciação Científica
<input type="checkbox"/>	TCC
<input type="checkbox"/>	Outros – Especificar
Pós-Graduação em nível de:	
<input type="checkbox"/>	Especialização
<input checked="" type="checkbox"/>	Mestrado
<input type="checkbox"/>	Doutorado
<input type="checkbox"/>	Outros – Especificar:

Resumo do Projeto: Pesquisa de Mestrado em Educação Física que tem como objetivo identificar e analisar as semelhanças e diferenças entre assistir ao esporte profissional presencialmente e pela televisão, além de identificar e analisar os significados do futebol

profissional para os espectadores que acompanham com frequência os jogos nos estádios e para os espectadores que acompanham com frequência os jogos pela televisão. Para isso será realizado um levantamento bibliográfico nos Sistemas de Bibliotecas da UNIMEP e da UNICAMP tendo como palavras-chave: lazer, esporte, futebol e mídia. Além disso, será realizada uma pesquisa de campo presencial nos estádios de futebol Barão de Serra Negra (Piracicaba) e em estádios da região metropolitana de Campinas e São Paulo e em bares da cidade de Piracicaba que transmitem os jogos pela televisão. Serão entrevistados homens e mulheres com idade entre 18 a 30 anos que frequentem semanalmente ou mensalmente os estádios ou bares. O número de entrevistados será por saturação de dados. Serão utilizados questionário, entrevistas semiestruturadas e observação do participante.

Análise e parecer do relator: 25/09/12 Após leitura e análise do projeto e exame criterioso de todos os itens que compõem os documentos do Protocolo de Pesquisa e do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) observa-se que o projeto não apresenta pendências. Diante do exposto o Projeto de Pesquisa é considerado **APROVADO**.

PARECER DO ADENDO AO PROTOCOLO 88/12

Histórico:

No dia 18/09/2013, as pesquisadoras encaminham um pedido de adendo ao protocolo 88/12, que teve sua versão final aprovada em 25/09/2012. Em seu pedido, as pesquisadoras detalham que, após a submissão o texto inicial da pesquisa de mestrado à banca de qualificação, foi necessário realizar algumas alterações pontuais no projeto de pesquisa para atender às recomendações apresentadas pelos avaliadores. De acordo com as pesquisadoras, serão realizadas as seguintes alterações: 1- retirada das entrevistas e discussões referentes aos estádios de futebol; 2- entrevista com os proprietários do bar escolhido para a pesquisa, com roteiro e termo de consentimento, 3- mudança do objetivo principal para: identificar e analisar quais os significados do futebol para quem assiste aos jogos no bar e; 4- mudança no título do trabalho. Além disso, as pesquisadoras encaminham uma versão do protocolo de pesquisa que incorpora todas as alterações apontadas, incluindo um novo roteiro de pesquisa, e um novo termo de consentimento.

Análise e parecer do relator 29/10/2013: A inclusão do procedimento descrito e a inclusão de um novo roteiro de entrevista não produzirão impactos relevantes no protocolo inicial, sob o ponto de vista da proteção dos sujeitos envolvidos na pesquisa. As pesquisadoras apresentaram uma nova versão do protocolo descrevendo o novo procedimento, a introdução desses procedimentos na pesquisa e um TCLE contemplando a inclusão do novo roteiro de pesquisa. Por tudo isso, e após a análise da documentação encaminhada, as versões do protocolo e do TCLE de 25/09/2012, acrescidas do adendo, são consideradas **APROVADAS**.

OBSERVAÇÃO: A partir da data de aprovação do pedido de adendo, o título do projeto de pesquisa deixou de ser "**Lazer e Futebol: análise da assistência de jogos em bares e estádios**" e passou para "**Lazer e Futebol: assistência de jogos no bar**". Tal alteração deverá ser considerada válida para todo e qualquer procedimento relacionado ao processo de revisão ética da pesquisa em questão.

O protocolo deverá ser enviado à CONEP (Res. 196/96, IX.5)

() sim

(X) não



Prof. Dr. Rodrigo Batagello
Comitê de Ética em Pesquisa - Unimep

ANEXO C – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido dos entrevistados

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO – TCLE (Conf. Resolução N° 196/96 do Conselho Nacional de Saúde)

Projeto de pesquisa: “Lazer e Futebol: assistência de jogos em bar”

Pesquisadora: MILENA AVELANEDA ORIGUELA

Orientadora: CINTHIA LOPES DA SILVA

Eu, _____, ____ anos de idade, RG _____,
Residente à _____, n° _____, bairro
_____, cidade _____, voluntariamente concordo em participar do
projeto de pesquisa acima mencionado e que será detalhado a seguir.

Este trabalho trata-se de uma investigação científica com finalidade de identificar e analisar os significados do futebol profissional para os espectadores que acompanham com frequência os jogos nos estádios e para os espectadores que acompanham com frequência os jogos pela televisão.

O contato com os voluntários para a pesquisa será presencial e orientado por um roteiro de investigação sobre os seguintes temas: 1 - Histórico sobre o uso de algum tipo de dispositivo (tv, rádio, celular) quando estão no bar; 2 - Significado de se assistir o futebol no bar; 3 - Frequência que assiste o futebol no bar; 4 - Implicações para a vida cotidiana.

Para esse tipo de contato previsto, não existem riscos de qualquer espécie para os voluntários participantes da pesquisa.

Em caso de publicação futura dos dados coletados (em congressos, artigos científicos, livro, encontros científicos de modo geral) será mantido total sigilo com relação ao nome dos participantes da pesquisa.

Em qualquer etapa do estudo o voluntário poderá ter acesso ao responsável pelo desenvolvimento da pesquisa, para eventuais esclarecimentos de dúvidas que possam surgir via email: djmilenasound@hotmail.com e/ou telefone: (19) 8302-5700.

Os participantes da pesquisa têm liberdade em desistir da referida investigação a qualquer momento sem ter qualquer prejuízo financeiro ou pessoal por isso.

Este trabalho é parte de uma dissertação de mestrado, vinculada à Faculdade de Ciências da Saúde da Universidade Metodista de Piracicaba (UNIMEP).

Piracicaba, ____, de _____ de 2013.

(Participante da pesquisa)



Cinthia Lopes da Silva (Pesquisadora responsável)

ANEXO D – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido do proprietário do bar da pesquisa

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO – TCLE (Conf. Resolução Nº 196/96 do Conselho Nacional de Saúde)

Projeto de pesquisa: “Lazer e Futebol: assistência de jogos no bar”

Pesquisadora: MILENA AVELANEDA ORIGUELA

Orientadora: CINTHIA LOPES DA SILVA

Eu, _____, ____ anos de idade, RG _____,
Residente à _____, nº _____, bairro
_____, cidade _____, voluntariamente concordo em
participar do projeto de pesquisa acima mencionado e que será detalhado a seguir.

Este trabalho trata-se de uma investigação científica com finalidade de identificar e analisar os significados do futebol profissional para os espectadores que acompanham com frequência os jogos pela televisão no bar. O contato com os voluntários para a pesquisa será presencial e orientado por um roteiro de investigação sobre os seguintes temas: 1 - histórico do bar; 2 - quando começou a relação do bar deles com os jogos de futebol; 3 - qual a faixa etária dos frequentadores do bar.

Para esse tipo de contato previsto, não existem riscos de qualquer espécie para os voluntários participantes da pesquisa.

Em caso de publicação futura dos dados coletados (em congressos, artigos científicos, livro, encontros científicos de modo geral) será mantido total sigilo com relação ao nome dos participantes da pesquisa.

Em qualquer etapa do estudo o voluntário poderá ter acesso ao responsável pelo desenvolvimento da pesquisa, para eventuais esclarecimentos de dúvidas que possam surgir via email: djmilenasound@hotmail.com e/ou telefone: (19) 98302-5700.

Os participantes da pesquisa têm liberdade em desistir da referida investigação a qualquer momento sem ter qualquer prejuízo financeiro ou pessoal por isso.

Este trabalho é parte de uma dissertação de mestrado, vinculada à Faculdade de Ciências da Saúde da Universidade Metodista de Piracicaba (UNIMEP).

Piracicaba, ____, de _____ de 2013.

(Participante da pesquisa)



Cinthia Lopes da Silva (Pesquisadora responsável)