

JOÃO PEDRO DA CUNHA SANTOS
RA: 001201807415



"EM FUTEBOL, O PIOR CEGO É O QUE SÓ VÊ A BOLA"¹:
UM ESTUDO CORRELACIONAL COM TORCEDORES
BRASILEIROS

BRAGANÇA PAULISTA
2022

¹ Nelson Rodrigues

JOÃO PEDRO DA CUNHA SANTOS
RA: 001201807415

"EM FUTEBOL, O PIOR CEGO É O QUE SÓ VÊ A BOLA"²: UM
ESTUDO CORRELACIONAL COM TORCEDORES BRASILEIROS

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à
disciplina Trabalho de Conclusão de Curso em
Psicologia da Universidade São Francisco para
obtenção de média semestral.

ORIENTADOR(A): NOME DO ORIENTADOR(A)

² Nelson Rodrigues

BRAGANÇA PAULISTA
2022

Homenagem ou dedicatória

(item opcional)

Agradecimentos

(item opcional)

Resumo

Santos, J. P. C. (2022). “Em futebol, o pior cego é o que só vê a bola”¹: Um estudo correlacional com torcedores brasileiros. Trabalho de Conclusão de Curso, Curso de Psicologia, Universidade São Francisco, Bragança Paulista.

Iniciar apresentando o objetivo (exemplo, “O objetivo deste estudo foi...”). Após o objetivo, inserir informações do Método (exemplo, “A busca foi feita na base de dados XXXX, por meio dos descritores, XXXX, no idioma XXXXXX etc etc etc”). Depois das informações do Método, apresentar uma síntese dos resultados (exemplo, “Foram encontrados XXXX publicações, das quais XXXX foram selecionadas para esta revisão da literatura”). E, por último, a conclusão do estudo (exemplo, “A partir das publicações selecionadas para esta revisão da literatura, foi possível observar que XXXX YYYYY ZZZ etc etc”).

O resumo não tem parágrafo; deve ter entre 150 e 250 palavras;

Palavras-chave: torcedores do esporte., psicologia do esporte., fanatismo.

Legenda das cores no layout de resumo:

Fonte vermelha: explicações, devem ser excluídas na versão final do resumo.

Grifo amarelo: local para inserção do objetivo.

Grifo verde: local para inserção do método.

Grifo azul: local para inserção dos resultados.

Grifo cinza: local para inserção da discussão e conclusão.

Sumário

INTRODUÇÃO	1
MÉTODO	9
REFERÊNCIAS	10
ANEXO 1 - Título do anexo 1	12

INTRODUÇÃO

Os torcedores de futebol dedicam tempo, dinheiro e esforços para acompanhar os seus clubes de futebol, muitas pessoas tornam-se torcedoras para construir uma identidade, oportunidade de crescimento social, estar integrado com as notícias que diz respeito ao futebol. Torcedores possuem afinidade sempre com um único clube, essa afinidade torna-se uma de suas principais afiliações sociais e acaba direcionando e alterando seu comportamento e crenças em diversas áreas do seu cotidiano, podendo evoluir para um fanatismo pelo seu time escolhido, considerado como um fenômeno social. Ser fanático pode ser considerado de forma positiva para a interação social, porém quando em excesso pode deixar o indivíduo recluso somente aos outros fanáticos. Com isso possui a importância de analisar o fanatismo desses torcedores, compreendendo os pontos positivos e negativos que acarretam na vida deles (Crawford, 2004; Gibson et al., 2002).

O futebol é um esporte que possui grande popularidade mundial, mas para alcançar esse patamar ele passou por um extenso processo histórico. O futebol chegou ao Brasil em 1880, juntamente com os ingleses que estavam escoltando a família real portuguesa que naquele momento fugia de Napoleão Bonaparte, porém foi somente no ano de 1900 que conseguiu se consolidar no Brasil com a criação e fundação dos primeiros clubes de futebol. Atualmente o futebol é protegido pela Constituição Brasileira e considerado como patrimônio cultural da população brasileira (Brandão et al., 2013).

No Brasil, os primeiros feitos sobre o futebol foi a conquista dos Campeonatos Sul-americanos de 1919 e 1922, sendo as primeiras conquistas internacionais e que possui grande contribuição para a divulgação internacional dos craques do nosso futebol. Dessa maneira, tornou-se um esporte Olímpico em 1908 e em âmbito internacional e fora do

continente europeu aconteceu a primeira copa do mundo em 1930 (Brandão et al., 2008; Reis, 2017).

Sendo bastante divulgado na cultura popular mundial, o futebol consegue atrair a curiosidade e a atenção de vários setores da vida do brasileiro, indo da economia à educação, o lazer, entretenimento, arte e cultura, essa modalidade de esporte oferece benefícios e elementos para se construir um estilo de vida com características individuais, podendo interferir em complexas gestões financeiras. Essas condições já são suficientes para alterar a rotina do dia a dia das pessoas, e levar ao interesse popular de consumo, por meio de lançamento de produtos que despertam desejos nas crianças, afloram as emoções nos adultos, como material esportivo, roupas, equipamentos, remédios e até mesmo bebidas (Brandão et al., 2008; Reis, 2017).

O futebol deve ser analisado como uma forma de expressão da sociedade brasileira, pois representa os seus desejos, anseios e valores todos de uma forma intensa. Dessa forma podemos compreender o futebol como uma grande festa popular, no qual possui um conjunto de ritos que são frequentemente repetidos pela multidão em cada um dos diferentes eventos futebolísticos, isto é, nas festividades que acontecem são construídas as identidades sociais, valores são criados e cultivados e futuramente repetidos por outros atores sociais que frequentam ao mesmo evento (Ratton, 2011).

O futebol construiu uma relação tão forte entre a sociedade e esse esporte, essa paixão do brasileiro pelo futebol não se resume apenas na Copa do mundo, e sim é considerado como um fenômeno cultural, levando até mesmo ao nome de País do futebol. O futebol faz parte do cenário urbano presente nos espectadores, simpatizantes e torcedores, sendo perceptível através da camisa do time, do andar em bando, diferenciando-os dos demais e construindo assim um novo grupo com uma nova forma de identidade social (Negreiros, 2003; Paixão & Kowalski, 2011).

Um jogo de futebol é composto por 22 jogadores, e para a execução das ações do jogo é exigido que o jogador tenha um tempo reduzido para pensar e resolver os problemas, as dinâmicas e tarefas que aparecem no tempo que acontece a competição. Os jogadores precisam relacionar, organizar e resolver as informações perante todas as suas ações do jogo, entre elas, o que fazer, quando fazer, onde fazer e como fazer, sendo o porquê de todas essas decisões relacionados com os itens já mencionados acima (Fm & Pj, 2008).

O futebol foi estabelecido como um dos meios mais importantes para promoção da autoimagem e integração social com o povo brasileiro, entre outras coisas, permitiu a comunicação de elementos culturais e personalismo patrimonialista, através de seus torcedores. Segundo o estatuto do torcedor, torcedor é toda e qualquer pessoa que aprecie, apoie ou se associe a qualquer entidade de prática desportiva do País e acompanhe fielmente aquela determinada modalidade esportiva escolhida (Barbosa & Magno, 2008; Flecha & Pontello, 2015).

Esses eventos futebolísticos contam com as torcidas de futebol de cada time, as torcidas vem sendo alvo de estudo de vários pesquisadores, que buscam compreender este importante fenômeno social no Brasil. Desde que foi criada as torcidas, inúmeros jovens enxergam como um momento e espaço para interação social, propiciando a criação de novos laços sociais, assim como as relações de oposição e rivalidade. As pesquisas mostram que pertencer a uma torcida organizada significa para alguns indivíduos, além da paixão pelo time escolhido, o sentimento de fidelidade e dedicação, ter disposição para defender o seu clube perante os adversários e se sentir como parte daquele time e carregar o nome do time como se fosse o próprio sobrenome herdado da família (Teixeira & Hollanda, 2016).

A relação entre os torcedores de clubes de futebol é a representação de que o esporte está completamente incorporado na vida da população, produzindo uma parte

importante pertencente a cultura nacional e de um mercado consumidor relevante. A paixão pelo futebol é transmitida de geração para geração, influenciando na escolha do time, considerado até mesmo como uma herança, por meio de rituais e socialização entre os consumidores e a conexão existente dos torcedores com um clube aumenta as intenções de consumir determinados produtos ou serviços que estejam associados com esse clube, sendo uma maneira inclusive de mensurar o quanto aquele torcedor gosta do seu time escolhido (Alba, 2021).

Os clubes de futebol foram sofrendo alterações ao longo dos anos de forma gradual, primeiro começaram a modificar a forma como reconheciam e identificavam esse esporte, pois, um tempo após a sua chegada no Brasil, o futebol possuía uma forma cultural lúdica e popular, sendo considerado como uma forma de distração social e do tempo livre e até mesmo os jogadores do clube praticavam tal esporte apenas por lazer. Ao longo do tempo transformações sociais acontecem no ambiente cercado pelos clubes de futebol, sendo uma nova forma de visualizar o futebol, pois era considerado um elemento de identidade nacional, dessa forma, começou a ser analisado como uma fonte geradora de recursos financeiros, uma forma de trabalho daqueles jogadores e gerador de empregos aos demais funcionários que fazem parte da grade para que ocorra um jogo de futebol (Rodrigues & Silva, 2006).

Em um estudo realizado com torcedores de futebol comprovou-se que os mesmos sentem inúmeras emoções desde emoções positivas até mesmo negativas, quando estão assistindo ao jogo do seu clube escolhido. Como resultado desse estudo, foi observado que um time de futebol derrotado apresenta mais emoções negativas e menos relaxamento quando comparado com os torcedores do time vencedor, mostrando o quanto o torcedor leva a sério a paixão pelo seu time, desencadeando vários sentimentos em dia de jogos (Kerr et al., 2005).

Sobre essas emoções, Banyard e Shevlin (2001) utilizando uma medida de impacto psicológico de eventos após um jogo entre equipes, chegaram à conclusão que após o rebaixamento de um time de futebol para uma divisão inferior, acarretou em transtornos psicológicos com algum grau de severidade para os torcedores desse time. Tal fenômeno pode ser explicado, segundo uma abordagem denominada “universalista”, pelo fato do brasileiro se identificar e até sentir as problemáticas que são oferecidas pelo jogo. Assim como as adversidades, as alegrias, a superação, as tristezas e decepções, assim como a euforia que o jogo causa, muitos torcedores gostam de vivenciar esse misto de sentimentos, pois todas elas relacionam com situações que já ocorrem no cotidiano de sua vida (Banyard & Shevlin, 2001; Feitosa, 2006).

Todos esses sentimentos envolvidos com o time e jogos podem ser ainda mais intensos, indicando e considerando um torcedor como fanático, sendo aquele que possui fanatismo por futebol e pelo seu time de escolha. Popularmente conhecidos como torcedores fanáticos, pessoas fervorosas por futebol podem manifestar um grande envolvimento e dependência emocional com o seu clube, assumindo estereótipos, regras sociais e padrões quanto ao comportamento, resistente ao longo da história por rixas, vitórias, derrotas, grandes repercussões da imprensa e confrontos esportivos (Coriolano & Conde, 2017).

Os integrantes das torcidas organizadas de futebol, o clube a qual pertencem são considerados até mesmo como motivo da própria existência. Esses torcedores vivem em função do seu clube, participando de suas atividades e ideais. Os associados a uma torcida organizada e que convivem diariamente com a realidade do agrupamento, assumem uma identidade que os define diante de outro grupos e estabelecem as relações sociais em seu cotidiano. Considerado como grande fenômeno social que se deu após a consolidação do futebol como um esporte nacional e a profissionalização da carreira futebolística. Este fenômeno ainda é muito presente, sendo discutido em diversos setores, como a imprensa,

o meio jurídico e até mesmo a política nacional (Cavalcanti et al., 2013; Nietzsche & Cerqueira, 2017).

Considerado comum pela sociedade brasileira torcer para um time ou participar de um grupo, porém, algumas pessoas tendem a ter certos comportamentos de maneira extrema e exagerada, não adaptativo e incomum à vida cotidiana, levando um grau de intensidade exagerada. Um torcedor acredita no seu time, mesmo contra várias ou até mesmo todas evidências racionais, que ele vai vencer, nos estádios os torcedores apresentam um comportamento que percorre entre a calma e a agitação, o amor e o ódio (Wachelke et al., 2008).

A palavra fanático oriunda do latim, tem como significado templo, santuário. Por isso o fanático serve de maneira plena ao que considera maior, incontestável. Esse termo sofreu algumas modificações, pois o que era considerado uma devoção ligada a vários deuses, hoje é uma devoção ligada a um único Deus, ou única crença que relacionamos com o torcedor possuir devoção a um único time de futebol e não a vários deles (Danzmann et al., 2020).

Episódios de agressão e violência são registrados com certa frequência nas ocorrências policiais associadas com as rivalidades presentes nos jogos de futebol, na prática possui a ideia de que as torcidas organizadas, especialmente aqueles considerados como torcedores fanáticos são os principais responsáveis por começar e sustentar esses atos de violência que são registrados. O fanatismo é um fenômeno social que precisa de mais estudos abordando tudo o que está envolvido nesse fenômeno, onde sabe-se que ocorre uma identificação do torcedor com o seu time escolhido, podendo envolver intensas manifestações emocionais, conflitos e agressões físicas dependendo da circunstância, as manifestações envolvendo essa classe de torcedores acarreta muitas vezes em tragédias marcantes e que causam grande impacto ao redor do mundo (Coriolano & Conde, 2017).

Em um estudo realizado por Heere e colaboradores (2007), mostraram que os torcedores esportivos se consideram como parte de uma organização e não apenas como consumidores de um determinado produto ou serviço, os autores consideram que deve haver um reconhecimento que a identificação com um time é mais do que apenas uma associação entre os atletas, treinadores, torcedores e fãs. Dessa forma, para se obter uma maior fidelidade do torcedor com a sua equipe/time escolhido, deve-se investir na identificação desses indivíduos perante a equipe, considerando o simbolismo dessa identidade.

O estádio em que ocorre os eventos futebolísticos, representa um espaço único e individual para o torcedor, ele possui uma identificação fazendo com que seja considerado como um hábito de vida, os torcedores utilizam o estádio como um espaço sensorial, que o faz despertar e sentir algumas percepções como visuais, auditivas, táteis, olfativas e experiências gustativas, sendo que os clubes almejam uma intensa presença do público nos jogos, torcendo para a vitória e vibrando nas arquibancadas, acreditando nos jogadores. Incluído nesses eventos futebolísticos, devemos considerar também a parte financeira, além do fator financeiro de encher as arquibancadas e ter a loteria lotada, também colabora para o melhor rendimento dos jogadores quando possui a arquibancada cheia pela torcida do seu time (Borges & Petry, 2016).

O objetivo desse trabalho foi buscar o entendimento e a relação entre os torcedores presentes na sociedade com o futebol, como o futebol afeta a vida e o cotidiano de cada torcedor de diferentes maneiras, visto que muitas pessoas recebem o título de fanáticas, por se dedicarem quase que exclusivamente para o seu time de futebol, muitas vezes deixando até mesmo em segundo plano sua família, trabalho, tarefas consideradas como comuns, através dessa busca de artigos podemos compreender como funciona essa relação entre sociedade e futebol, quais efeitos já foram achados e como interferem na sociedade como um todo e de maneira individual, até o momento em que acarretam em

alterações psicológicas, físicas e mentais, reunindo dessa maneira todos eles em um único artigo.

MÉTODO

Estratégia de Busca

Para realizar esta revisão da literatura, foram utilizadas as bases de dados Google Acadêmico e Scielo. Os descritores utilizados na busca de artigos para a composição do trabalho foram torcedores do esporte, psicologia do esporte e fanatismo. A busca foi realizada em português, através do ano de 2011 até 2022.

Crítérios de elegibilidade

Considerando os objetivos deste estudo, foram estabelecidos os seguintes critérios de inclusão: trabalhos realizados nos idiomas português, espanhol e inglês, disponibilizados de forma completa e gratuita nas plataformas previamente mencionadas. Quanto aos critérios de exclusão não serão utilizados artigos que são estudos teóricos e revisões bibliográficas.

Etapas de Seleção e extração das informações

Utilizando a base de dados, termos e critérios anteriormente explicitados, na etapa 1 foi realizada a leitura dos títulos e resumos dos artigos recuperados, ainda que não possuíssem de forma explícita todos os descritores utilizados no processo de busca desse projeto. A partir disso, algumas publicações foram selecionadas para a etapa seguinte, e outras foram excluídas da revisão. Na segunda etapa, a leitura integral de cada artigo foi feita, verificando se todas as publicações se enquadravam nos critérios de inclusão. Nesta etapa também foram extraídas as informações relevantes para esta revisão.

Foram extraídas informações relativas à publicação, sendo: ano de publicação, autores, delineamento do estudo, objetivo e foco do estudo. E também foi verificado informações metodológicas e relativas aos resultados.

REFERÊNCIAS

- Alba, G. (2021). Desenvolvimento e validação de uma escala dos efeitos da identificação clubística em torcedores de futebol. *Revista Eletrônica de Administração*, 27(1), 265–284.
- Banyard, P., & Shevlin, M. (2001). Responses of football fans to relegation of their team from the english premier league: PTS? *Irish Journal of Psychological Medicine*, 18(2), 66–67.
- Barbosa, S., & Magno, A. (2008). O futebol e a sociedade global: uma reavaliação da identidade sociocultural brasileira. *Sociedade e Cultura*, 10(2), 173–186.
- Borges, G. D. R., & Petry, J. (2016). O Impacto do Desempenho do Time na Presença de Torcedores no Estádio de Futebol. *PODIUM Sport, Leisure and Tourism Review*, 5(3), 60–74.
- Brandão, M. R. F., Machado, A. A., Medina, J. P. S., & Scaglia, A. (2008). Futebol, psicología e produção do conhecimento. *Coleção Psicologia Do Esporte*, 4(2), 323–326.
- Brandão, M. R. F., Magnani, A., Tega, E., & Medina, J. P. (2013). Além da Cultura Nacional: O Expatriado no Futebol. *Revista Brasileira de Ciência e Movimento*, 21(2), 177–182.
- Cavalcanti, E. A., Souza, J. de, & Capraro, A. M. (2013). O fenômeno das torcidas organizadas de futebol no Brasil – elementos teóricos e bibliográficos. *Revista Da ALESDE*, 3(1), 39.
- Coriolano, A. M. M., & Conde, E. (2017). Fanatismo e agressividade em torcedores de futebol. *Revista Brasileira de Psicologia Do Esporte*, 6(2).
- Crawford, G. (2004). Consuming sport: Fans, sport and culture. *Consuming Sport: Fans, Sport and Culture*, 1–182.
- Danzmann, P. S., Silva, A. C. P. da, & Carlesso, J. P. P. (2020). As implicações do fanatismo em diferentes contextos na atualidade: contribuições da Psicanálise. *Society and Development*, 9(6).
- Feitosa, C. A. (2006). O Futebol e a Sociologia. *Accelerating the World's Research.*, 75–99.
- Flecha, A. C., & Pontello, M. L. (2015). Comportamento do Torcedor do Futebol. *Leisure and Tourism Review*, 4(2).
- Figueira, F. M & Greco, P. J. (2008). Futebol: um estudo sobre a capacidade tática no processo de ensino- aprendizagem–treinamento Soccer: a study on the development of tactic capacity in the process of teaching-learning-training. *Rev Bras Futebol Jul-Dez*, 1(2), 53–65.
- Gibson, H., Willming, C., & Holdnak, A. (2002). “We’re Gators... not just Gator fans”: Serious leisure and University of Florida Football. *Journal of Leisure Research*, 34(4), 397–425.
- Heere, B., & James, J. D. (2007). Sports Teams and Their Communities: Examining the Influence of External Group Identities on Team Identity. *Journal of Sport Management*, 21, 319–337.
- Kerr, J. H., Wilson, G. v., Nakamura, I., & Sudo, Y. (2005). Emotional dynamics of soccer fans at winning and losing games. *Personality and Individual Differences*, 38(8), 1855–1866.
- Negreiros, P. J. L. de C. (2003). Futebol nos anos 1930 e 1940: construindo a identidade nacional. *História: Questões e Debates*, 39, 121-151.
- Nietzke, J. S., & Cerqueira, F. V. (2017). As torcidas organizadas no futebol brasileiro: o caso do “Brasil de pelotas” the organized supporters in brazilian football : the. *Revista Da Mostra de Trabalhos de Conclusão de Curso Congrega*, 1, 222–238.

- Paixão, J. A., & Kowalski, M. (2011). Emoção na torcida de futebol: uma paixão perigosa. *Conexões*, 9(1), 54–66.
- Ratton, J. L. (2011). Futebol e Sociedade no Mundo Contemporâneo: Visões das Ciências Sociais. *Revista de Ciências Sociais*, 42(1), 8–10.
- Reis, H. H. B. (2017). Futebol e sociedade: uma análise histórica. *Research Gate*.
- Rodrigues, M. S., & Silva, R. de F. C. (2006). Clientes ou torcedores : a empresarização do futebol no brasil. *Revista Alcance*, 13(2), 167–184.
- Teixeira, C., & Hollanda, B. B. B. de. (2016). Espetáculo futebolístico e associativismo torcedor no Brasil: Desafios e perspectivas das entidades representativas de torcidas organizadas no futebol brasileiro contemporâneo. *Esporte e Sociedade*, 11(28), 1–26.
- Wachelke, J. F. R., Andrade, A. L. de, Tavares, L., & Neves, J. R. L. L. (2008). Mensuração da identificação com times de futebol: evidências de validade fatorial e consistência interna de duas escalas. *Arquivos Brasileiros de Psicologia*, 60(1), 96–111.

ANEXOS