

**UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE**  
**POLO UNIVERSITÁRIO DE CAMPOS DOS GOYTACAZES-RJ**  
**INSTITUTO DE CIÊNCIAS DA SOCIEDADE E DESENVOLVIMENTO**  
**REGIONAL**  
**DEPARTAMENTO DE GEOGRAFIA**

**RODOLFO RAMOS AZEREDO**

**QUEM TORCE E PARA QUEM TORCE?**  
**ANÁLISE DO PERFIL DOS TORCEDORES EM CAMPOS DOS**  
**GOYTACAZES-RJ**

Campos dos Goytacazes-RJ

2018

**RODOLFO RAMOS AZEREDO**

**QUEM TORCE E PARA QUEM TORCE?  
ANÁLISE DO PERFIL DOS TORCEDORES EM CAMPOS DOS  
GOYTACAZES-RJ**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Instituto de Ciências da Sociedade e Desenvolvimento Regional da UFF, Departamento de Geografia de Campos como requisito básico para obtenção do título de Bacharel em Geografia.

**Orientador (a):**

**Prof. Dr. Gustavo Henrique Naves Givisiez**

Campos dos Goytacazes- RJ

2018

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço a Deus pela vida e pela glória que Ele tem despejado sobre mim. Agradeço especialmente ao meu pai Ricardo Azeredo, e a minha mãe Sandra Maria de Souza Ramos que sempre me apoiaram e me proporcionaram o melhor para que eu tenha o melhor presente e futuro possível, e que tiveram comigo nos melhores e piores momentos, com certeza sem eles e seus valores passados para mim, não seria o que sou hoje. Agradeço às minhas avós, Elisia de Souza Ramos e Genilda Azeredo, pelo amor que me deram e ainda dão; e meus avôs, Benedito Ramos e Amaro Azeredo, que aonde quer que estejam no céu, estarão comigo e junto ao Senhor. Quero agradecer ao professor Gustavo pela disponibilidade e paciência ao orientar o meu trabalho. Aos amigos que fiz na UFF, em especial Eduardo e Lucas, que estiveram comigo durante toda trajetória na Universidade. E agradeço a todos que Puderam colaborar respondendo aos questionários e fizeram com que esse projeto fosse possível.

## **RESUMO**

O futebol e seus torcedores é o tema deste trabalho. Por meio de uma pesquisa survey realizada entre junho e novembro de 2018, procura-se traçar um perfil de torcedores por sexo, idade, condição social e naturalidade, visando identificar alguma especificidade por time. Em outras palavras, verificar-se-á se existe alguma relação entre o perfil sociodemográficos do torcedor e a sua preferência por time. Busca-se também analisar qual a relação do torcedor com o time de sua preferência e qual foi o principal determinante da escolha. A pesquisa empírica contou com uma amostra de 230 entrevistados e foi realizada na cidade de Campos dos Goytacazes. Os resultados revelam que a família exerce grande influência na escolha do time. O Flamengo foi o time com maior torcida entre os entrevistados, e há evidências que nem todos que se declaram torcedor do clube acompanham o a trajetória do time ou se preocupam com a situação do mesmo.

**Palavras-chave:** Futebol, clube, torcedor.

## **ABSTRACT**

Football and its fans are the theme of this work. Through a survey conducted between June and November 2018, a profile of fans is sought by gender, age, social status and naturalness, aiming to identify some specificity per team. In other words, it will be verified if there is any relation between the sociodemographic profile of the fan and his preference for team. It also seeks to analyze the relationship of the supporter with the team of their choice and which was the main determinant of the choice. The empirical research had a sample of 230 interviewees and was held in the city of Campos dos Goytacazes. The results reveal that the family exerts great influence in the choice of the team. Flamengo was the most enthusiastic team among those interviewed, and there is evidence that not everyone who declares himself a fan of the club follows the team's history or is concerned about his situation.

**Keywords:** Football, club, supporter.

# SUMÁRIO

<b>1</b>	<b><i>INTRODUÇÃO</i></b> .....	<b>9</b>
<b>2</b>	<b><i>METODOLOGIA</i></b> .....	<b>11</b>
<b>3</b>	<b><i>CONCEITOS</i></b> .....	<b>13</b>
<b>4</b>	<b><i>RESULTADOS</i></b> .....	<b>16</b>
<b>4.1</b>	<b>Escalas de satisfação e envolvimento com o time</b> .....	<b>40</b>
<b>4.2</b>	<b>Escalas por atributos e times</b> .....	<b>45</b>
<b>5</b>	<b><i>CONSIDERAÇÕES FINAIS</i></b> .....	<b>51</b>
	<b><i>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</i></b> .....	<b>53</b>
	<b><i>ANEXO 1</i></b> .....	<b>55</b>

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Total de torcedores segundo o sexo e a idade.....	16
Tabela 1 - Torcedores por time.....	20
Tabela 2 – Total de torcedores, segundo o sexo.....	21
Tabela 4 – Total de torcedores por idade e time.....	22
Tabela 5 - Relação entre times e o porquê da torcida.....	25
Tabela 6 – Relação entre sexo e o motivo da torcida.....	25
Tabela 7 – Relação entre os times e o principal meio de acompanhamento.....	30
Tabela 8 – Relação entre os times e a renda mensal dos torcedores.....	31
Tabela 9 – Times e quantidade dos que não declararam a renda.....	33
Tabela 10 – Relação entre local de nascença e o time que torce.....	34
Tabela 11 – Relação entre o time que torce e o gosto pelo futebol.....	37
Tabela 12 – Relação entre o time que torce e se acompanha o futebol.....	37
Tabela 13 – Relação entre sexo e o gosto pelo futebol.....	39
Tabela 14 – Relação entre sexo e acompanhamento do futebol.....	40
Tabela 15 – Escala de lealdade ao clube.....	41
Tabela 16 – escala de amor ao clube.....	42
Tabela 17 – Escala de satisfação com o clube.....	43
Tabela 18 – escala de comunicação.....	43
Tabela 19 – escala de jogadores.....	44
Tabela 20 – escala de localidade.....	44
Tabela 21 – escala de lealdade por times (%)......	45
Tabela 22 – escala de amor ao clube por times (%).....	46
Tabela 23 – escala de satisfação por times (%).....	47
Tabela 24 – escala de comunicação por times (%).....	48
Tabela 25 – escala de jogadores por time (%).....	49
Tabela 26 – escala de lealdade por times (%)......	50

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Percentual de torcedores por preferência de time .....	20
Figura 1 – Total de torcedores, segundo o sexo .....	21
Figura 3 – Motivos que levaram o individuo a torcer pelo clube .....	24
Figura 4 – Frequência com que o individuo vai ao estádio .....	28
Figura 5 – Principal meio de acompanhamento do time .....	29
Figura 6 – Renda domiciliar mensal.....	31
Figura 7 – Porcentagem da população que nasceu ou não em Campos.....	34
Figura 2 – Porcentagem de torcedores que consomem produtos ou planos do clube.....	35
Figura 3 – Porcentagem de pessoas que afirmam gostar ou não de futebol .....	36
Figura 10 – Porcentagem de pessoas que afirmam acompanhar ou não futebol .....	37
Figura 11 – Relação entre sexo e gosto pelo futebol .....	38
Figura 12 – Relação entre sexo e acompanhamento pelo futebol.....	39



# 1 INTRODUÇÃO

O futebol é o esporte mais popular e mais praticado no mundo, além disso é um negócio que movimenta bilhões de dólares no mundo inteiro. O esporte envolve paixão e comprometimento profissional, influencia no comportamento sociocultural em praticamente todos os lugares do mundo. Em todos os países existem praticantes ou torcedores de futebol, mas a paixão pelo esporte pode apresentar intensidade e estilos diferentes.

Na Europa e América do Sul, o futebol faz parte da rotina de praticamente todos os indivíduos e se tornou segundo Arrigo Sacchi, técnico da Itália vice-campeã da Copa do Mundo de 1994: “A coisa mais importante entre as menos importantes.” O tema é tão central que assume a forma de debates calorosos podendo se transformar em atitudes violentas com a criação de torcidas organizadas como os “Ultras” europeus, “Barra Bravas” hispânicos, dentre outros. No Brasil não é diferente, o futebol é a paixão de grande parte dos brasileiros.

O indivíduo apaixonado pelo futebol, quanto escolhe seu time do coração desenvolve com ele uma relação muito forte, uma paixão inexplicável que leva o torcedor a cometer verdadeiras loucuras por ele. Existem também aqueles indivíduos que apenas “torcem” ou têm “simpatia” por um time, sem, no entanto, se envolver em um nível emocional mais intenso.

A escolha de um time é influenciada por diversos fatores que podem variar segundo características sociodemográficas dos indivíduos, do background familiar em relação ao futebol, influência de amigos, entre outros. Sendo assim, o objetivo deste trabalho é traçar o perfil dos torcedores e procurar associações entre o perfil e a preferência e a relação do torcedor por seu time. Adicionalmente, o trabalho procura identificar o time do coração de cada indivíduo e o principal motivador da escolha e o tipo de relação que o torcedor desenvolve com seu time.

Estuda o tema é importante em função da centralidade que o futebol exerce na vida dos indivíduos, independentemente da nacionalidade. Além disso, o futebol é um esporte que reúne milhares de pessoas e produz uma identidade, a exemplo do envolvimento das torcidas durante a realização, por exemplo da Copa do Mundo.

Pesquisas que têm as torcidas de futebol como objeto de estudo não são comuns, de modo geral, o tema é abordado do ponto de vista cultural como fator definidor.

A coleta de dados foi realizada por meio de um questionário estruturado aplicado a indivíduos de idades variadas, ambos os sexos, classe social na cidade de Campos dos Goytacazes. Foram realizadas um total de 230 entrevistas.

## 2 METODOLOGIA

A coleta de dados foi realizada por meio de um questionário estruturado aplicado na cidade de Campos dos Goytacazes, em 2018. Foram feitas 230 entrevistas resultando no erro amostral de 6,5 pontos percentuais, considerando o intervalo de confiança de 95%.

A abordagem foi do tipo “Intercept Street” na qual o entrevistador aborda uma pessoa aleatoriamente em uma via pública de alta circulação de pessoas. O recorte espacial foi a cidade de Campos dos Goytacazes, e as entrevistas também incluíram pessoas que nasceram ou moram fora da cidade. Embora a previsão fosse realizar 380 entrevistas, foram realizadas um total de 230. As dificuldades de encontrar na rua pessoas disponíveis para responder a um questionário razoavelmente longo fez a amostra fosse menor do que a prevista, acarretando em um erro maior. Os motivos relatados por aqueles que se recusaram a responder foi a pressa e o desinteresse pelo assunto. Como os homens são mais interessados no tema relativamente às mulheres, eles foram a maioria que se prontificaram a responder. Além da abordagem de “intercept street”, parte das entrevistas foram realizadas no pré-vestibular da UFF Campos, em um etapa de pré-teste.

A pesquisa *survey* pressupõe uma amostra aleatória, mas, pela abordagem adotada, assume-se que a amostra tem algum viés de seletividade uma vez que as entrevistas nas vias públicas tendem, por exemplo, a serem respondidas por pessoas com maior idade e as entrevistas no pré-vestibular tendem a ser respondidas por jovens e adolescentes. A abordagem domiciliar, para pesquisas realizadas com os objetivos similares aos deste trabalho, seria mais apropriada, mas, esta abordagem inviabilizaria o trabalho em função dos custos envolvidos.

O questionário, apresentado no ANEXO 1, considera questões que caracterizam o perfil sociodemográfico do torcedor, com a identificação da idade, sexo e renda domiciliar mensal.

A relação dos torcedor com o futebol é abordada na segunda parte do questionário em que questiona se os indivíduos gostam de futebol, se acompanham, se tem preferência por um time específico, qual o motivo que levou torcer pelo clube e a frequência com que se informa sobre a situação do clube.

A última parte do questionário aborda a relação e contentamento do torcedor com o seu clube medido por meio de uma escala Likert de 1 a 5 com uma escala crescente na proporção com que seus indicadores mostram em relação as perguntas.

Com o total de pessoas que torcem por algum time, foi elaborada uma escala de preferencias, em formato similar a uma Escala Likert, mas utilizando números de um a cinco, ao invés dos conceitos ordinais iniciando em “concordo fortemente” e finalizando em “discordo fortemente”. No caso dessa pesquisa, assume-se que a identificação do entrevistado com o quesito é maior quando ele declara cinco e menor quando ele declara. No questionário foi detalhado para o entrevistado como deve ser feita as respostas. Os fatores utilizados para essas escalas foram os conceitos que foram apresentados anteriormente: lealdade, amor ao clube, satisfação, comunicação (boca a boca), jogador (ídolo no futebol) e localidade. Para cada conceito foi feita afirmações para que cada entrevistado respondesse de um a cinco. De modo que sejam medidos de alguma forma qual a relação que há entre o torcedor e o clube.

Essas perguntas procuram abordar os conceitos elencados na seção seguinte e foram baseados nos trabalhos de MARQUETTO et al (2017) e ESPARTEL et al (2009). Foi estimada a média dessas escalas, procurando refletir de forma mais sintética como esses sentimentos abstratos podem ser mensurados e associados aos clubes de futebol. Nessa parte foram usadas variáveis subjetivas como Lealdade, amor ao clube, satisfação, comunicação, jogadores ou localidade. No resultado, essas respostas serão cruzadas com a idade e o sexo dos entrevistados e para qual time os diferentes grupos sociodemográficos tendem a torcer.

### 3 CONCEITOS

Foram elencados seis conceitos básicos que podem estar associados à escolha de um indivíduo em torcer por um determinado time: lealdade, amor ao clube, satisfação, comunicação boca a boca, ídolo de futebol e localidade. Estes conceitos, definidos nesta seção, procuram identificar sentimentos associados aos torcedores e seus clubes.

A lealdade pode ser compreendida como “um comprometimento profundo em recomprar ou favorecer um produto/serviço no futuro, causando repetição de marca ou compra do mesmo conjunto de marcas, assim influências situacionais e esforços de marketing de competidores tem potencial para causar um comportamento de troca” (OLIVER, 1999: p. 34) e um comportamento proveniente da natureza humana associado ao cumprimento de compromissos, que neste caso, seria torcer pelo time. A lealdade está também associada a conceitos como honra e honestidade naquilo em que o indivíduo é comprometido a fazer. A lealdade, diferente do conceito de fidelidade, não precisa se apoiar em tradições e normas, ou seja, a lealdade tem muito mais um caráter moral, criado pelo próprio indivíduo.

O amor ao clube ou “amor à marca” é definida como “o grau de apego passional emocional que um consumidor satisfeito tem com relação a uma marca em particular” (CARROLL e AHUVIA, 2006). O amor não envolve lógica racional e esse valor sentimental pode definir o quanto o indivíduo tem apego ao clube. O amor ao clube pode surgir com uma identificação forte com o clube ou com fatos marcantes em sua vida, podendo ser com uma experiência nos jogos ou até a experiência familiar.

A satisfação tem a ver com o quão satisfeito o torcedor está com o desempenho do time e da gestão do clube. Como satisfação com o desempenho entende-se a reação acumulada com as diversas experiências do torcedor com os jogos assistidos ao longo de um determinado período de tempo, seja presencialmente ou à distância (SANTANA, 2009). Nesses termos, muitos torcedores passam a torcer por determinado clube a partir de um momento marcante na sua vida que pode ser ligado ao prazer de vê-lo jogar. Uma outra forma de mensurar a satisfação é concebida como uma avaliação geral sobre a compra e a experiência de consumo

até o momento atual (JOHNSON; ANDERSON; FORNELL, 1995); na qual leva em conta o retorno que o clube dá ao torcedor ou sócio.

Outro conceito analisado é, a aqui denominada, “Comunicação boca a boca”. Entende-se que um torcedor satisfeito e orgulhoso do seu time ajuda a promover o clube, indicando a amigos e familiares. Uma forma muito comum de recomendação ou “forçar” a torcer por seu time é por intermédio da hereditariedade, principalmente de pai para filho. Não é raro observar pais que não concebem que seu filho torça para outro clube se não o dele, e essa é uma forma muito comum de se criar torcedores.

Os grandes jogadores ou técnicos da história do futebol, aqui denominados de ídolos no futebol, exercem grande influência na mobilização de torcedores. O desempenho e comprometimento do atleta pode atrair respeito e admiração do público e da mídia, que pode transforma-los em ídolos reverenciadas até por torcedores de outros clubes. Também é uma forma de satisfação, ao de ver o atleta jogar, mas, neste caso, está relacionado ao atleta que pode afetar na satisfação com o clube. A admiração com o futebol do atleta ou da genialidade de um técnico pode ser um fator determinante na escolha de um clube para torcer. O grandes ídolos, cuja fama e popularidade ultrapassam as fronteiras de seus clubes, atraem torcedores de diversas partes do mundo, como por exemplo, o Real Madrid por causa do Cristiano Ronaldo, o Barcelona por causa do Messi, a Juventus por causa do Buffon, o Manchester City por causa do Guardiola, dentre outros exemplos.

O último fator considerado é o a localização da sede ou do estádio do clube. É um fator muito importante pois leva em conta a identidade e vivência do indivíduo com o lugar de residência e que considera o clube local como representante do seu lugar de origem ou de moradia. Santos (1997) define o lugar como “a dimensão da existência que se manifesta através de um cotidiano compartilhado entre as mais diversas pessoas, firmas, instituições—cooperação e conflito são a base da vida em comum”. Ter um clube por perto permite uma relação maior, pois a proximidade facilita na hora de ir ao estádio, visitar o clube, conhecer mais sua história, além de permitir uma identificação maior e criar uma relação melhor com pessoas que torcem pelo mesmo time e que vão ao estádio. Vale lembrar que a representação pode ser

considerada em nível de bairro, cidade, estado ou nacional, dependendo do tamanho do time e da cultura local.

## 4 RESULTADOS

O perfil por sexo e grupos de idade dos entrevistados mostra que os torcedores, independentemente do sexo, são em maioria jovens. Considerando o total da amostra, observa-se que 61,3% dos torcedores têm entre 10 e 29 anos. Esse percentual entre as mulheres é de 69,1% e entre os homens é de 57,0%. É possível perceber um número maior de mulheres na faixa de 10 a 19 anos. Como a amostra é composta por 35% de mulheres e 65% de homens, os torcedores jovens são mais bem representados entre as mulheres vis-a-vis o total da amostra. A abordagem *intercept street* está sujeita a viés de seletividade, em função de interesse dos diferentes segmentos populacionais, disponibilidade de tempo entre outros motivos. Neste caso, pode ter ocorrido uma sobre representação dos homens na amostra, decorrente alegação de falta de tempo ou por desinteresse no tema da entrevista.

Tabela 1 – Total de torcedores segundo o sexo e a idade

Grupos de Idade	Homens	Mulheres	Total
Não respondeu	1	2	3
10 - 19	36	27	63
20 - 29	20	58	78
30 - 39	9	26	35
40 - 49	6	10	16
50 - 59	8	14	22
60 - 69	0	11	11
70 =<	1	1	2
<b>Total Geral</b>	<b>81</b>	<b>149</b>	<b>230</b>

Fonte: Dados primários coletados pelo autor (2018)

A tabela 1 apresentam as frequências de indivíduos por clubes. Os valores indicam um amplo e esperado domínio do Flamengo em número de torcedores, atingindo quase metade dos entrevistados. O resultado não é uma surpresa, uma vez que o Flamengo é um time da cidade Rio de Janeiro com a maior torcida do Brasil, segundo Datafolha (2018), em especial no estado do Rio de Janeiro e seus arredores. O que levou o Flamengo a ter tamanha torcida (aproximadamente 18 milhões de torcedores) não é fácil de explicar, mas alguns fatores podem ter ajudado, como o sucesso esportivo em relação à outras equipes cariocas, sucessos esses que vieram principalmente nos anos 80 e 90, quando foram conquistados os



principais títulos da história do clube, como a Copa Libertadores da América e o Mundial de Clubes, em 1981. Mas somente os títulos não explicam a popularidade do Flamengo. Segundo Marizabel Kowalski (2001) no seu livro “Por Que Flamengo?”, outros fatores que podem ajudar a explicar o fenômeno Flamengo são as rivalidades com os outros três grandes times do Rio de Janeiro, que o consideram como o maior rival, criando um sentimento antiflamenguista, que funciona também como um marketing inverso que aumenta a visibilidade do clube: os próprios rivais passam a considerá-lo como não necessariamente um time, mas o clube a ser batido, pois tem a maior popularidade entre todos os outros. Concessões governamentais ajudaram a fortalecer o clube, principalmente na Era Vargas, o Rio de Janeiro como centro econômico e capital do Brasil era um local atrativo para investimentos, e os clubes não eram esquecidos, para fomentar a atividade esportiva, muitos clubes cariocas recebiam auxílios. Ainda no livro da Kowalski (2001) “Talvez a explicação mais plausível encontra-se no fato de que o Flamengo, em um dado período da história, treinava em campo aberto, permitindo à população um contato mais próximo com os atletas, levando o jogo para o homem comum” (APUD Helal, 1992). Contratações de grandes atletas negros no início do século XX e as festas com torcidas organizadas também fizeram o Flamengo criar uma imagem popular. Em resumo, entender o que levou o Flamengo a despertar tanto interesse é bastante complexo e pode remeter a questões históricas, psicológicas e sociológicas, contudo é inegável o fenômeno cultural que dos clubes e sua torcida em geral e do Flamengo em particular.

Em segundo lugar na preferência dos entrevistados aparece o Vasco, que também é um clube grande com muita popularidade na cidade e estado do Rio de Janeiro. O crescimento do contingente de admiradores e da torcida está relacionado ao fato de ser o primeiro clube do Brasil a contratar atletas negros e um dos primeiros a construir seu grande estádio, o São Januário, um estádio que é palco de vários momentos históricos para o Brasil (Malhano; Malhano, 2002). Fluminense e Botafogo aparecem em seguida, com diferenças mínimas em número de torcedores. Se considerarmos as pesquisas feitas por grandes institutos de pesquisas, como Datafolha, Jornal O Lance e IBOPE, no Brasil e Rio de Janeiro, a porcentagem de torcedores é similar ao observado nesta pesquisa levamos em conta os quatro grandes do Rio.

Um resultado não esperado foi a ausência de torcedores do Goytacaz, que tem fama de ter a maior torcida em Campos dos Goytacazes, no entanto, outro time local com fama de ter a segunda maior torcida, o Americano, foi reportado por Quatro entrevistados.

Esse resultado em relação aos clubes locais remete a predominância da escala regional sobre a local, quando se trata da escolha do time de futebol entre os entrevistados desta pesquisa. Pode-se também discutir a questão da ausência da territorialidade das torcidas, comparativamente a outras torcidas. Como um exemplo, cita-se a questão das torcidas dos times argentinos em Buenos Aires, com territórios bem demarcados pelas torcidas, a organização dos “hinchas” (torcedores). Buenos Aires é uma cidade que respira futebol, com muito mais clubes que qualquer cidade brasileira, esses clubes geralmente representam bairros e um determinado grupo social, sendo assim suas torcidas organizadas buscam essa identidade do clube e passam a representá-los dentro e fora de campo. O trecho do artigo de Aílton Fagundes sobre as torcidas de futebol da Argentina ajuda a explicar o fenômeno da territorialidade que clube e torcida acabam gerando, destacando a importância dos bairros e sua identidade para a sociedade argentina:

Os hinchas, integrantes das barras se enxergam como representantes da alma e da garra das equipes e cada uma delas se pensa a partir de um modelo ideal de torcedor. Como organização coletiva, as barras evidenciam aspectos de identidades étnica, classista, política e territorial ao se sentirem como representantes da identidade do clube, uma identidade montada sobre as características sociais, econômicas e culturais do bairro; embora para quem observe de fora o mais provável é que veja apenas gangues violentas numa luta sem sentido. Para compreender esse fenômeno é importante pensar que o bairro é parte essencial da identidade dos argentinos, sobretudo daqueles que vivem nas grandes cidades, pode ser considerado como o componente básico da vida portenha, edificado desde as formas da vida cotidiana até os imaginários populares, é um âmbito de igualação, de participação e solidariedade, mas também, cenário de distinção social e de edificação de uma ideologia de bairro, construída sobre a base da diferença e da alteridade ameaçadora. (FAGUNDES, 2014).

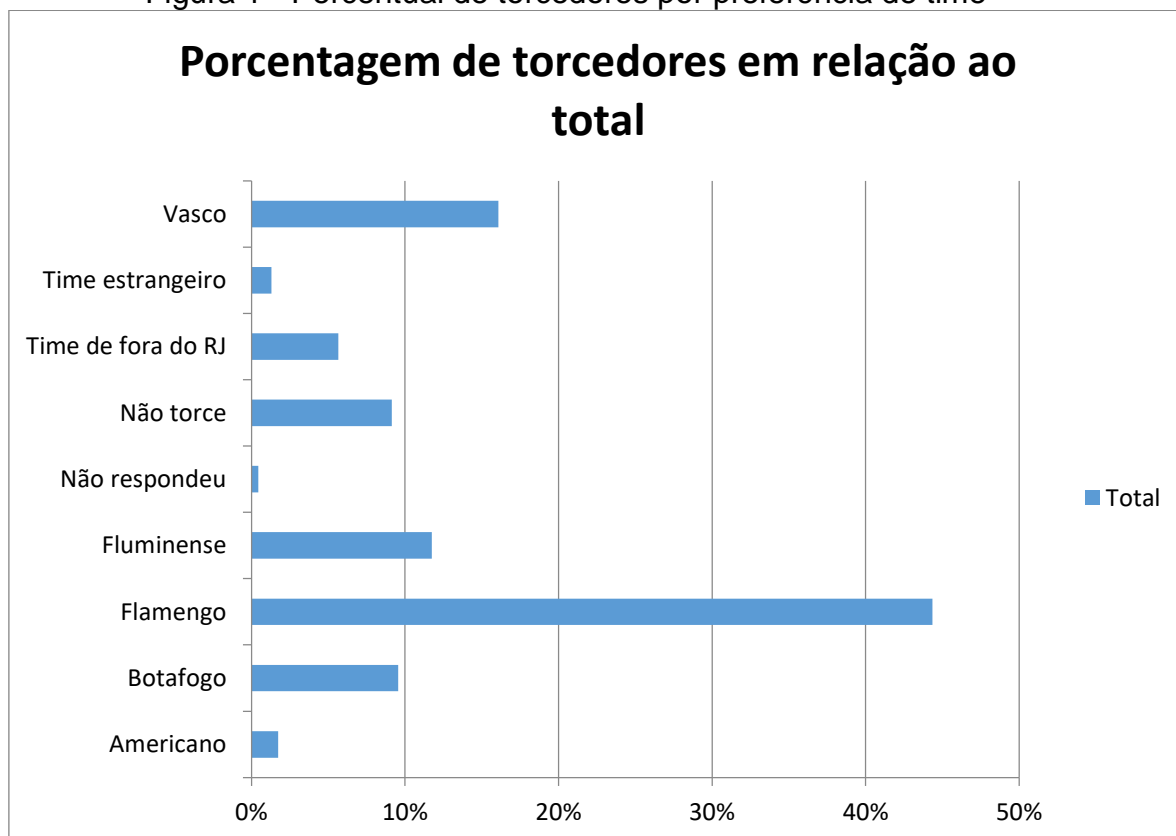
Voltando para o caso dos clubes campistas, temos fatos que podem explicar a preferência de alguns pelo Americano. Uma explicação para esse fato é a de que os entrevistados tenham uma relação com o Americano que transcende à torcida, pois, alguns entrevistados já jogaram na base do Americano, ou já foram sócios. Outro ponto que vale ressaltar, é o fato de o Americano apresentar, nos dias de hoje, uma situação financeira mais favorável do que o Goytacaz, permitindo maiores

investimentos na base, além a fidelização de crianças que o acompanharam na época em que jogava a série A do Campeonato Estadual. O Americano, também tinha seu estádio próximo ao Centro, o Godofredo Cruz, situado no Parque Tamandaré, considerado um bairro nobre de Campos (o que concedeu a fama do Goytacaz ser mais popular e o Americano mais elitista). Esse estádio, além de se situar em uma parte privilegiada da cidade, atraindo a torcida, oferecia serviços que o “Aryzão”, estádio do Goytacaz, não podia oferecer como uso de piscina e quadra de futsal. Isso certamente fez o Americano ganhar o carinho dos sócios, pois sua sede permitia uma convivência maior e criação de uma identidade com a torcida. Hoje em dia, essas relações não podem ser mais possíveis, pelo menos não no Parque Tamandaré, pois o estádio foi vendido e demolido, em 2013, para construção de um Shopping e empreendimentos residenciais. Essa venda ajudou o clube a sanar algumas dívidas e permitiu a construção de um Centro de Treinamento (CT) moderno em Guarus, junto com um novo Estádio. Com base nestes resultados não é possível afirmar que o Goytacaz tenha ou não a maior torcida de Campos, mas que esses fatores citados anteriormente podem ter ajudado a alguns indivíduos criarem vínculo maior com o Americano, aumentando, assim, o número de torcedores. Reconhece-se ainda que muitas pessoas torçam para dois ou mais clubes e, certamente, o Goytacaz tem a sua torcida por parte de alguns indivíduos entrevistados, mas que não o assumiram como a primeira opção deles.

Um ponto que não pode ser ignorado, mesmo que em pequeno número, é a presença dos times estrangeiros, que, no caso, são todos europeus. Assumir times localizados no outro lado do Oceano Atlântico como o primeiro time de escolha no Brasil demonstra que esses clubes se fortaleceram muito com o passar dos anos, enquanto os clubes brasileiros e sul-americanos não têm acompanhado. Segundo Emerson Gonçalves, blogueiro e jornalista do site [Globoesporte.com](http://Globoesporte.com), esses clubes, que são tratados praticamente como empresa, souberam expandir a marca internacionalmente, principalmente através das transmissões de TV, e assim fortalecendo-se economicamente, a ponto de poderem comprar os melhores jogadores da América do Sul e montarem os melhores times do mundo. É claro que a própria situação dos países e uma moeda forte podem ajudar os times europeus, mas eles conseguiram uma visibilidade nunca conquistada antes, onde se veem

camisas dos mais diversos times grandes europeus em todos os continentes do mundo, e pouquíssimas referências a times brasileiros fora do país.

Figura 1 - Percentual de torcedores por preferência de time



Fonte: Dados primários coletados pelo autor (2018)

Tabela 1 - Torcedores por time

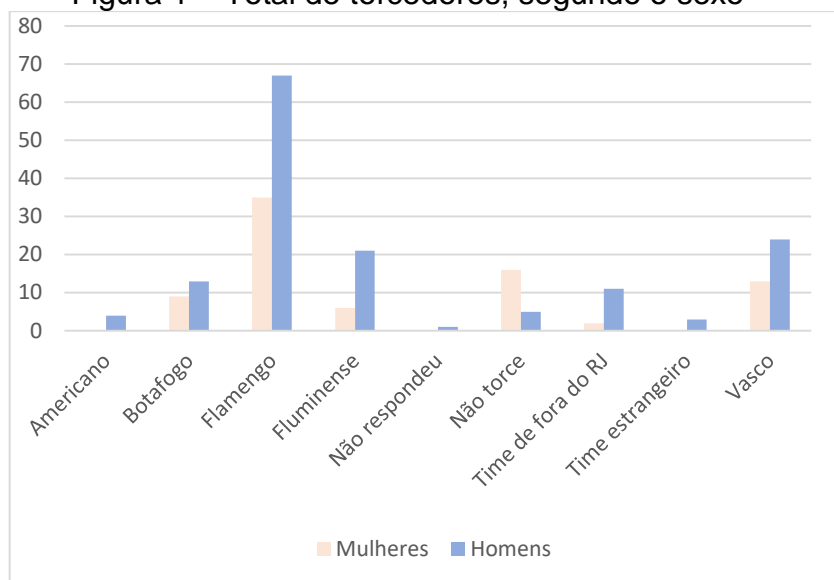
<b>Times</b>	<b>Total de torcedores</b>
<b>Total Geral</b>	<b>230</b>
<b>Flamengo</b>	102
<b>Vasco</b>	37
<b>Fluminense</b>	27
<b>Botafogo</b>	22
<b>Não torce</b>	21
<b>Time de fora do RJ</b>	13
<b>Americano</b>	4
<b>Time estrangeiro</b>	3
<b>Não respondeu</b>	1

Fonte: Dados primários coletados pelo autor (2018)

Em que pese as mulheres representarem 35% da amostra, 43% declarou que torce para o Flamengo e 19,75% não torcem para nenhum time. No caso dos homens, eles representam 65% da amostra e 45% declaram ser torcedor do Flamengo e

apenas 3,36% não torcem para time algum. Há que se investigar uma questão de gênero implícita nessa preferência majoritária dos homens pelo futebol. (Figura 2)

Figura 1 – Total de torcedores, segundo o sexo



Fonte: Dados primários coletados pelo autor (2018)

Tabela 2 – Total de torcedores, segundo o sexo

Times	Mulheres	Homens	Total
Americano	0	4	4
Botafogo	9	13	22
Flamengo	35	67	102
Fluminense	6	21	27
Não respondeu	0	1	1
Não torce	16	5	21
Time de fora do RJ	2	11	13
Time estrangeiro	0	3	3
Vasco	13	24	37
<b>Total (Sexo)</b>	<b>81</b>	<b>149</b>	<b>230</b>

Times	Mulheres	Homens	Total
Americano	0,00	2,68	1,74
Botafogo	11,11	8,72	9,57
Flamengo	43,21	44,97	44,35
Fluminense	7,41	14,09	11,74
Não respondeu	0,00	0,67	0,43
Não torce	19,75	3,36	9,13

Time de fora do RJ	2,47	7,38	5,65
Time estrangeiro	0,00	2,01	1,30
Vasco	16,05	16,11	16,09
<b>Total (Sexo)</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>

Fonte: Dados primários coletados pelo autor (2018)

Como os torcedores estão concentrados nas idades mais jovens, o Flamengo, por apresentar a maior torcida, supera o percentual de torcedores, considerando a distribuição de cada grupo de idade entre os times citados, mesmo sem conquistar títulos importantes no século XXI. Vale destacar o percentual de torcedores entre aqueles de 50 anos e mais torcidas de Fluminense e Botafogo. Essa fidelização nas idades mais avançadas pode estar associada à nostalgia de um passado de glória dos times, que remetem à infância e juventude, a exemplo do Fluminense, que obteve grandes conquistas nas décadas de 1970 e 1980 e do Botafogo cujo staff de jogadores na década de 1960 ajudaram a seleção brasileira a conquistar o título de 1962.

Tabela 4 – Total de torcedores por idade e time

Idade	Fla	Flu	Vasc	Botafogo	fora RJ	Americano	estrangeiro	N/ T	NR	Total
<b>Não respondeu</b>	2	1								3
<b>10 - 19</b>	30	8	9	3	3	0	1	9	0	63
<b>20 - 29</b>	26	7	15	12	9	2	1	5	1	78
<b>30 - 39</b>	20	1	7	2	0	1	0	4	0	35
<b>40 - 49</b>	8	4	1	2	0	0	0	1	0	16
<b>50 - 59</b>	9	5	5	0	0	1	0	2	0	22
<b>60 - 69</b>	6	0	0	3	1	0	1	0	0	11
<b>70 =&lt;</b>	1	1	0	0	0	0	0	0	0	2
<b>Total Geral</b>	<b>102</b>	<b>27</b>	<b>37</b>	<b>22</b>	<b>13</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>21</b>	<b>1</b>	<b>230</b>
Percentual										
<b>10 - 19</b>	47,6	12,7	14,3	4,8	4,8	0,0	1,6	14,3	0,0	100,0
<b>20 - 29</b>	33,3	9,0	19,2	15,4	11,5	2,6	1,3	6,4	1,3	100,0
<b>30 - 39</b>	57,1	2,9	20,0	5,7	0,0	2,9	0,0	11,4	0,0	100,0
<b>40 - 49</b>	50,0	25,0	6,3	12,5	0,0	0,0	0,0	6,3	0,0	100,0
<b>50 - 59</b>	40,9	22,7	22,7	0,0	0,0	4,5	0,0	9,1	0,0	100,0
<b>60 - 69</b>	54,5	0,0	0,0	27,3	9,1	0,0	9,1	0,0	0,0	100,0
<b>70 =&lt;</b>	50,0	50,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
<b>Total Geral</b>	<b>44,3</b>	<b>11,7</b>	<b>16,1</b>	<b>9,6</b>	<b>5,7</b>	<b>1,7</b>	<b>1,3</b>	<b>9,1</b>	<b>0,4</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Dados primários coletados pelo autor (2018)

A análise da influência de terceiros na escolha de uma times, indica a família como a principal influenciadora nessa escolha. Se por um lado, a reunião de torcedores em um estádio de futebol pode resultar em eventos de violência entre torcidas, por outro, promove momentos de entretenimento e convívio social. Torcer para um

mesmo time significa compartilhar a mesma paixão, as mesmas preocupações ou, até mesmo os mesmos “compromissos”, como o de assistir ao seu time no mesmo horário em reuniões familiares ou locais públicos. A tradição familiar em torcer por um time torna-se uma espécie de herança, um legado de pai para filho, que atravessa as gerações por meio de histórias de glórias e tristezas.

O segundo maior motivo, o futebol, se refere especificamente aos resultados esportivos do clube, ou um time que o encantou com novas maneiras de jogar, um time que ganhou muitos títulos na época que passou a torcer.

O terceiro maior motivo é o amor ao clube, que nada mais é que um envolvimento afetivo que pode ou não ser influenciado por outros fatores como identificação, família ou história. O amor envolve algo mais profundo, que pode levar o torcedor a fazer loucuras, a sofrer, ou, em último caso, até morrer de alegria por um clube de futebol. O amor pelo clube, assim como o fenômeno futebol, é muito abstrato e difícil de ser contabilizado.

Em relação aos demais, a influência de amigos é também um motivo relevante para a escolha de um clube, e, às vezes, a inclusão em um grupo significa torcer por um determinado clube.

Anti-Rival foi um único caso inusitado nas respostas, que significa resumidamente torcer por um clube em aversão a outro que o entrevistado no caso odeie, que, no caso, é o Flamengo, corroborando com a tese do antiflamenguismo.

O destino também foi uma resposta única, que poderia estar enquadrado no amor ao clube, já que seria uma situação difícil de explicar por parte do torcedor, e que pode envolver paixão. Mas, como a expressão “destino”, nesse caso, poderia se referir à predeterminação, não foi possível associar esta resposta a amor ou herança, e, dessa forma, o destino foi contabilizado como uma motivação separada. A história declarada pelos entrevistados é claramente associada à história do clube, algum fato histórico, seja de lutas sociais ou de superação, que encantaram as pessoas e chamou novos torcedores. A “Identificação” também pode ser a própria história do clube, ou representar uma cidade natal ou um lugar que a pessoa mora, elementos que transmitem uma identificação do clube ao torcedor, quando este se sente representado com o time em campo.

A resposta “Jogador” foi associada à aqueles entrevistados que declararam que o tipo de jogo de um jogador específico atraiu admiradores para o próprio time que joga. Nesses casos, esse jogador se torna muito identificado com o clube, joga por muitos anos, conquista títulos e é ídolo da torcida. Alguns exemplos de jogadores que foram capazes de atrair torcedores para o clube foi o Zico no Flamengo, Garrincha no Botafogo; atualmente, o Messi e o Cristiano Ronaldo. O Cristiano Ronaldo, em especial, fez com que muitos torcedores “migrassem” para o clube para qual ele foi transferido. Mesmo tendo torcida para os jogadores, essas pessoas, querendo ou não vão apoiar o time para o qual ele joga, podem passar desenvolver relações mais profundas com este clube. Torcedores que jogaram nos times de base dos clubes também são um caso muito específico, pois são pessoas que receberam uma oportunidade de jogar no clube, e que criaram um vínculo e passaram a torcer pelo clube. Pessoas que escolhem um clube por causa da torcida, podem estar associadas ao tamanho da torcida, às comemorações dentro e fora do estádio, tradições da torcida ou pelo que ela representa para o indivíduo ou para o time

Figura 3 – Motivos que levaram o indivíduo a torcer pelo clube



Fonte: Dados primários coletados pelo autor (2018)

Na relação entre clubes e os motivos para torcer, usamos somente clubes cariocas. A situação do Flamengo é mais diversificada, justamente por ter maior torcida. É visível que a influência familiar é a maior responsável em todos os clubes, podendo ser a maior responsável pelo crescimento das torcidas no Brasil e no Mundo: torcer para o mesmo time de um familiar estreita os laços e cria um legado na família e



aquele que parte deixa sua história de torcedor para um herdeiro, por isso é tão importante que se tenha o mesmo carinho pelo clube. O Flamengo é o único que aparece nos times cariocas como tendo sua própria torcida como um atrativo, talvez pelo seu tamanho e a relevância que a torcida do Flamengo tem no cenário nacional, faz com que o Flamengo seja um clube muito grande. Como diz o ditado dos próprios torcedores flamenguistas: “A maior torcida do mundo faz a diferença”.

Tabela 5 - Relação entre times e o porquê da torcida

Por que torce?	Americano	Botafogo	Flamengo	Fluminense	Vasco	Total Geral
Amigos			3	1		4
Amor	2	2	6	2	8	20
Anti-Rival					1	1
Destino		1				1
Família	2	14	60	19	20	115
Futebol		1	19	3	2	25
História		1	1		4	6
Identificação		2		2	1	5
Jogador			4			4
Jogou na base		1	1			2
Não respondeu			1		1	2
Torcida			7			7
<b>Total Geral</b>	<b>4</b>	<b>22</b>	<b>102</b>	<b>27</b>	<b>37</b>	<b>192</b>

Fonte: Dados primários coletados pelo autor (2018)

Não há diferenças muito grandes nos motivos para torcer por parte das mulheres e homens. A família é a principal influenciadora nos dois sexos, o amor ao clube é o segundo no caso feminino e o terceiro no masculino, perdendo para a situação futebolística, considerando o fato de que os homens teriam maior interesse pelo esporte. Há ainda alguns atributos que foram observados exclusivamente entre os homens, como identificação, jogador, jogar na base, destino e anti-rival. Pode ser que isso ocorra por ter um número menor de mulheres entrevistadas, ou porque simplesmente as mulheres hoje em dia tendem a não criar tantos vínculos com o clube da maneira que os homens fazem.

Tabela 6 – Relação entre sexo e o motivo da torcida

Rótulos de Linha	F	M	Total Geral
------------------	---	---	-------------

<b>Amigos</b>	1	3	4
<b>Amor</b>	7	13	20
<b>Anti-Rival</b>		1	1
<b>Destino</b>		1	1
<b>Família</b>	48	73	121
<b>Futebol</b>	5	24	29
<b>História</b>	1	7	8
<b>Identificação</b>		5	5
<b>Jogador</b>		6	6
<b>Jogou na base</b>		2	2
<b>Não respondeu</b>	2	2	4
<b>Torcida</b>	1	7	8
<b>Total Geral</b>	<b>65</b>	<b>144</b>	<b>209</b>

Fonte: Dados primários coletados pelo autor (2018)

A frequência com que cada indivíduo vai ao estádio é baixa e pode ter muito a ver com o esvaziamento dos estádios brasileiros. Pouco mais da metade disseram que nunca frequentaram um estádio para ver seu time de coração, e 37% responderam que foram poucas vezes. Embora a média de público do Campeonato Brasileiro tenha aumentado nos últimos anos, com o campeonato de 2018 tendo a melhor média dos últimos 20 anos, ainda há um esvaziamento nos estádios brasileiros, que costumavam lotar a cada jogo. No Rio de Janeiro, a situação é mais crítica, pois o Maracanã dificilmente chega a lotação máxima, a não ser que haja jogos decisivos, e, nesse caso, o Flamengo ainda ajuda a manter uma média boa no Maracanã, e o Vasco tem lotado São Januário. Por outro lado, o Fluminense tem recebido pouco público e o Botafogo tenta por meio de promoções levar seus torcedores ao estádio. De acordo com Maniaudet e Silva, jornalistas do Globoesporte.com, a média de público do Carioca deste ano e das edições anteriores foram muito baixas, devido à perda de interesse no campeonato, regulamentos confusos e times em crises financeiras. Além de existir uma certa “centralização” no futebol, pois os campeonatos locais estão perdendo crescentemente seu valor, e os campeonatos internacionais estão recebendo muito mais atenção. Hoje os campeonatos estaduais não recebem mais público porque não há mais atrativos, e esses campeonatos não são considerados muito importantes. Já campeonatos internacionais, como a Copa Libertadores da América e o Mundial de Clubes, recebem mais apelo da mídia e torcida. Mesmo o campeonato nacional só tem recebido bom público se o time se mostrar competitivo pelo título ou pelo acesso à Copa Libertadores. Nas décadas passadas, os campeonatos estaduais eram considerados importantes, e, em alguns

momentos da história, podem ser considerados mais importantes que o Campeonato Brasileiro e a Libertadores, momento em que se valorizava mais o local original do time e as rivalidades. Um fator que pode ter mudado essas relações pode ser a globalização, que acentuou o desejo dos torcedores de que seu time possa fazer um bom papel em competições internacionais, e assim mostrar para o mundo o poder do clube. A potencialização dos times europeus ajudou nesse sentido, pois só pelo Campeonato Brasileiro pode-se chegar à Libertadores, e só pela Libertadores pode-se chegar ao mundial, e só no Mundial meu time pode medir forças com um europeu, e tudo isso será transmitido mundialmente.

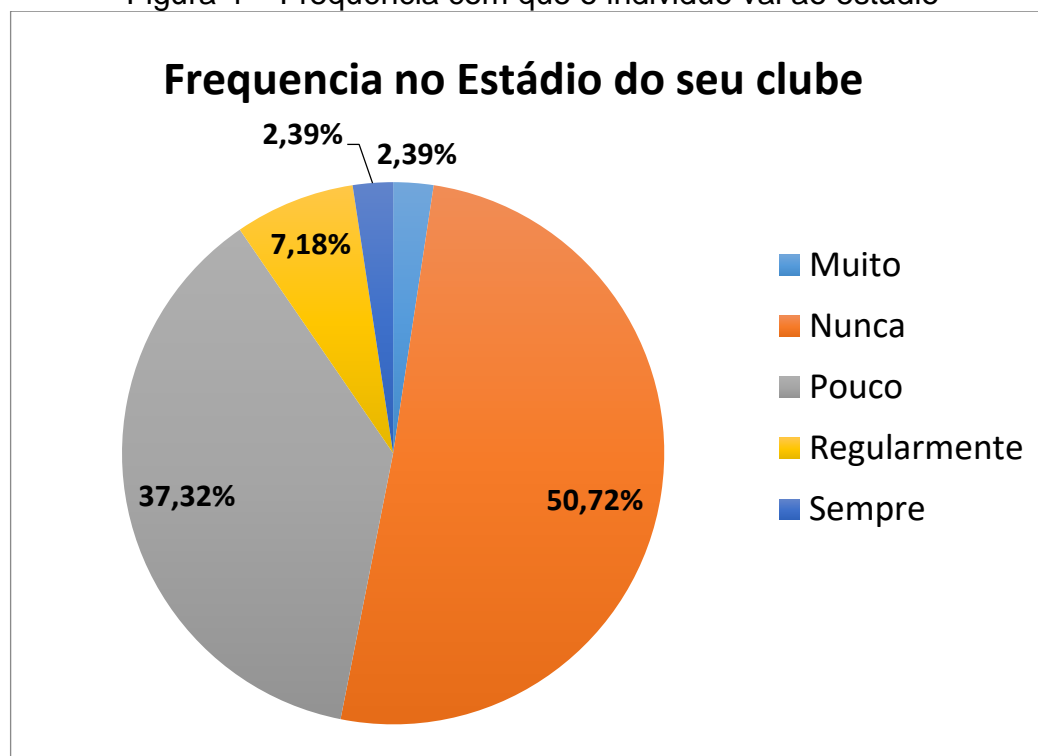
O que pode levar o afastamento do torcedor brasileiro são diversos fatores: crise financeira; violência dentro e fora dos estádios; a própria logística, já que as pessoas de Campos têm que ir ao Rio de Janeiro acompanhar seus times. Embora a distância entre Campos e a capital do estado não seja tão longe, é uma barreira para muitas pessoas. Os torcedores do Americano, por exemplo, não têm essa barreira tão grande.

Outro fator muito importante pode ser o empobrecimento técnico do futebol brasileiro, com muitas revelações saindo cedo para a Europa, e a falta de criatividade técnica e tática por parte de jogadores e treinadores. Esse fator pode levar a uma perda de identidade do futebol brasileiro, pois jogadores são vendidos desde a base, e criam pouco vínculo e identidade com seu time, e acaba empobrecendo o futebol jogado no Brasil, já que os melhores jogadores são rapidamente exportados. A elitização dos estádios também é um fator a se levar em conta, já que o preço dos ingressos fica cada vez mais caros, e não é fácil levar torcedores para pagarem esses ingressos. Além disso, estádios elitizados pedem assentos mais modernos, confortáveis e espaçosos, diminuindo a capacidade do estádio. O Maracanã, por exemplo, que já teve capacidade para 150 mil (e muitas vezes levava mais do que isso para os jogos), e hoje tem uma capacidade máxima de 78 mil, mas por ter separação de torcida por motivos de segurança, dificilmente um jogo de clubes chega aos 60 mil de público.

A geral, opção de ingresso mais barato em que a torcida fica de pé, existe em muitos estádios e existia no Maracanã, também aumenta a capacidade dos estádios.

Mas, aparentemente, a tendência é que a geral seja cada vez mais rara nos estádios, afastando assim o torcedor mais pobre.

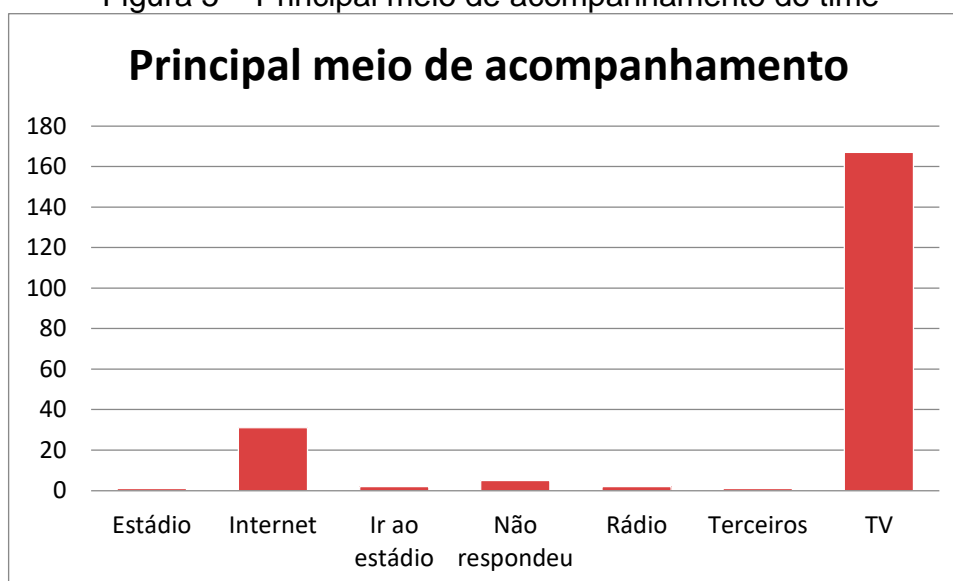
Figura 4 – Frequência com que o indivíduo vai ao estádio



Fonte: Dados primários coletados pelo autor (2018)

O Gráfico 6 mostra o principal meio de acompanhamento do time de cada indivíduo. A TV foi identificada como a mídia mais comum e destaca a importância dela no futebol brasileiro. A TV que foi responsável por fazer milhões de torcedores torcerem por clubes cariocas e paulistas no Norte e Nordeste, já que lá pouco se transmitia campeonatos locais nas décadas de 1970 e 1980. A TV é tão importante para os clubes brasileiros que grande parte das receitas destes vem de cotas de TV, e alguns times até dependem dessa cota para ter melhores condições financeiras.

Figura 5 – Principal meio de acompanhamento do time



Fonte: Dados primários coletados pelo autor (2018)

O cruzamento entre a média e os clubes pelo qual torce, percebe-se que a TV é a principal mídia para todos os clubes, e nota-se uma pequena proporção do rádio. A maior proporção de pessoas que usam a TV para se informar, em comparação com o rádio em períodos anteriores, pode ser explicado também pelos pacotes de TV por assinatura, cada vez mais comuns, e pelo acesso a Internet, segundo principal mídia declarada pelos entrevistados, que além de passar o jogo ao vivo, pode fazer transmissões através de *streaming*. O Americano é o único que divide espaço com a TV, obviamente por ser mais acessível, pois o Americano joga mais perto da casa do torcedor campista, e pelo fato de a TV não transmitir muitos jogos do clube.

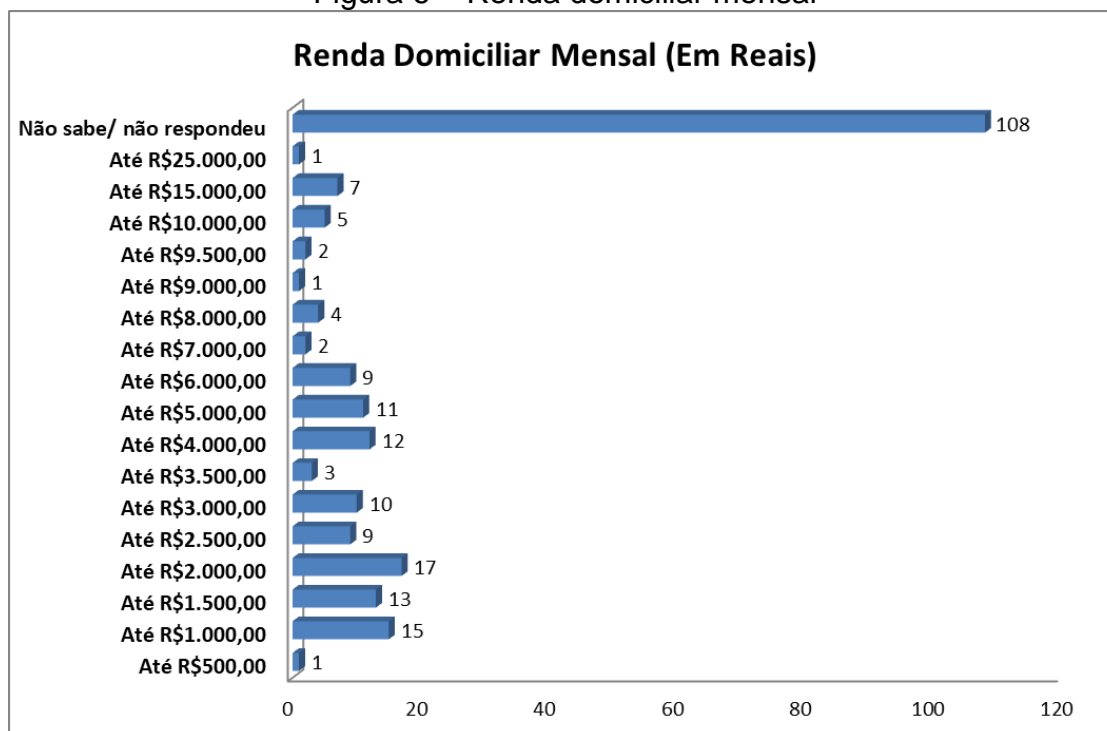
Tabela 7 – Relação entre os times e o principal meio de acompanhamento

Rótulos de Linha	Internet	Ir ao estádio	Não sabe/ não respondeu	Rádio	Terceiros (boca a boca)	TV
Americano		2				2
Botafogo	3		1	1		17
Flamengo	15	1	1	1	1	83
Fluminense	6					21
Não respondeu			1			
Não torce						
Time de fora do RJ	4		1			8
Time estrangeiro						3
Vasco	3		1			33
<b>Total Geral</b>	<b>29</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>166</b>

Fonte: Dados primários coletados pelo autor (2018)

A renda domiciliar mensal foi questionada para analisar se há uma tendência de pessoas de diferentes classes sociais torcerem para um determinado clube, de modo que exista sim clubes mais elitizados que outros. Só que muitos dos entrevistados não sabiam exatamente sua renda, e outros se sentiam desconfortáveis em declarar a sua renda para outros, mesmo que anônimo nos questionários. Por isso, um grande número de pessoas preferiram não responder. Por outro lado, os que responderam se podem ser classificados como classe média e classe média alta.

Figura 6 – Renda domiciliar mensal



Fonte: Dados primários coletados pelo autor (2018)

Tabela 8 – Relação entre os times e a renda mensal dos torcedores

Times	R\$ 500,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.500,00	R\$ 2.000,00
Americano				2
Botafogo		1	1	
Flamengo	1	8	9	4
Fluminense		1		1
Não respondeu				
Não torce		1	3	4
Time de fora do RJ		3		1
Time estrangeiro		1		
Vasco				5
<b>Total Geral</b>	<b>1</b>	<b>15</b>	<b>13</b>	<b>17</b>
Times	R\$ 2.500,00	R\$ 3.000,00	R\$ 3.500,00	R\$ 4.000,00
Americano				
Botafogo	3	1		1

<b>Flamengo</b>	1	4	3	4
<b>Fluminense</b>	1	2		1
<b>Não respondeu</b>	1			
<b>Não torce</b>	1			2
<b>Time de fora do RJ</b>	1	1		1
<b>Time estrangeiro</b>				
<b>Vasco</b>	1	2		3
<b>Total Geral</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>3</b>	<b>12</b>
<b>Times</b>	<b>R\$ 5.000,00</b>	<b>R\$</b>	<b>R\$</b>	<b>R\$ 8.000,00</b>
		<b>6.000,00</b>	<b>7.000,00</b>	
<b>Americano</b>				
<b>Botafogo</b>				2
<b>Flamengo</b>	8	3		2
<b>Fluminense</b>	1	1	2	
<b>Não respondeu</b>				
<b>Não torce</b>		1		
<b>Time de fora do RJ</b>		2		
<b>Time estrangeiro</b>				
<b>Vasco</b>	2	2		
<b>Total Geral</b>	<b>11</b>	<b>9</b>	<b>2</b>	<b>4</b>
<b>Times</b>	<b>R\$ 9.000,00</b>	<b>R\$</b>	<b>R\$</b>	<b>R\$</b>
		<b>10.000,00</b>	<b>15.000,00</b>	<b>25.000,00</b>
<b>Americano</b>				
<b>Botafogo</b>		1	1	
<b>Flamengo</b>	1	2	1	
<b>Fluminense</b>		2	1	
<b>Não respondeu</b>				
<b>Não torce</b>			1	
<b>Time de fora do RJ</b>			1	1
<b>Time estrangeiro</b>		1		
<b>Vasco</b>		1	2	



<b>Total Geral</b>	<b>1</b>	<b>7</b>	<b>7</b>	<b>1</b>
--------------------	----------	----------	----------	----------

Fonte: Dados primários coletados pelo autor (2018)

Ao todo, a renda parece ser bem dividida com os times, e todos os times perdem torcedor proporcionalmente na medida em que a renda é maior, isso porque o número de pessoas acima de R\$10.000,00 mensais é menor que o torcedor de renda mais baixa. Mas cabe destacar que foram encontrados alguns entrevistados que moram em Campos, mas vêm de outras cidades e outros estados para trabalho e alguns nem moravam em Campos, realizando movimento pendular. As pessoas não nativas de Campos, que vieram de Minas Gerais, na sua maioria torcem para o Cruzeiro, e a renda desses indivíduos são mais elevadas que o normal. Hoje em dia, com todos tendo acesso a mesma informação pela TV, não se observa uma segregação de torcida como havia antes e todas as torcidas de todos os clubes são mais homogênea ao todo, mas bem distintas quando analisamos os torcedores separadamente. Atualmente, não se podem rotular certas torcidas em função da renda, como era feito no passado, como por exemplo, times do povo, times da massa e times da elite.

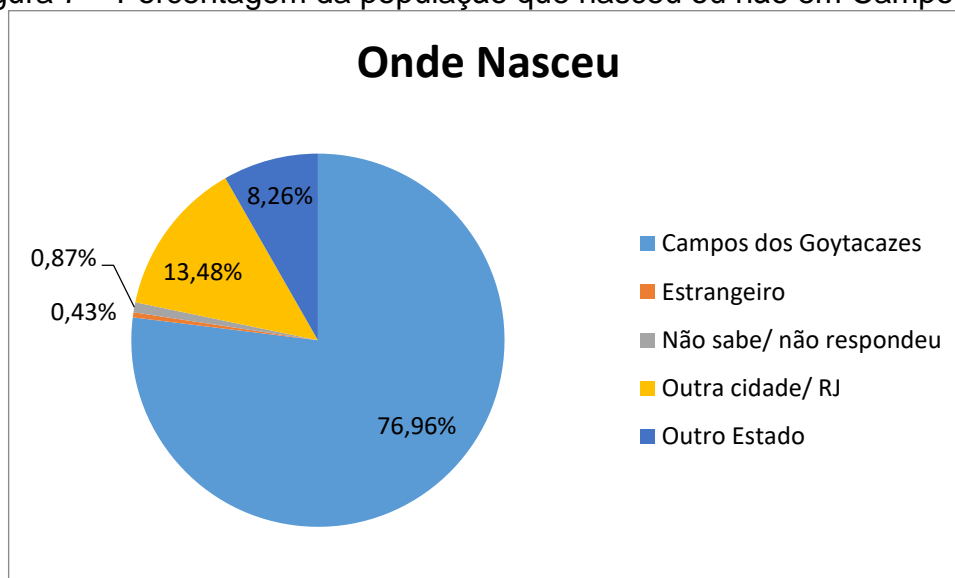
Tabela 9 – Times e quantidade dos que não declararam a renda

<b>Times</b>	<b>Não sabe/ não respondeu</b>
<b>Americano</b>	2
<b>Botafogo</b>	11
<b>Flamengo</b>	51
<b>Fluminense</b>	14
<b>Não respondeu</b>	
<b>Não torce</b>	8
<b>Time de fora do RJ</b>	2
<b>Time estrangeiro</b>	1
<b>Vasco</b>	19
<b>Total Geral</b>	<b>108</b>

Fonte: Dados primários coletados pelo autor (2018)

Na pergunta sobre a cidade natal, como esperado, pessoas que nasceram em Campos dos Goytacazes eram maioria e as pessoas nascidas em outras cidades do Rio de Janeiro ficaram em segundo lugar, em terceiro, pessoas que nasceram em outros estados. Alguns preferiram não responder, e até estrangeiros foram encontrados, sendo, neste caso, um cidadão peruano.

Figura 7 – Porcentagem da população que nasceu ou não em Campos



Fonte: Dados primários coletados pelo autor (2018)

O resultado da relação entre local de nascimento também foi esperado, com o Flamengo liderando em Campos e outras cidades do estado do Rio de Janeiro, e ainda alcançando um bom resultado com pessoas de fora do estado. Também era esperado que a torcida do Americano se concentrasse em Campos, por ser um clube pequeno e mais local. Em relação a pessoas de outros estados, é normal que elas torçam por times de seus próprios estados e arredores, como acontece no Rio de Janeiro. Pessoas de São Paulo optaram pelos times de lá, alguns do Paraná preferiram os times paulistas, os mineiros preferem os times mineiros e alguns cariocas. No caso de Minas, os que escolheram torcer por um time do estado só optaram pelo Cruzeiro nessa pesquisa, revelando a força que o clube tem nesse estado e fora dele. Curioso notar é que o peruano tenha optado torcer pelo Flamengo, ao invés de um time do Peru, fato que pode ser influência de familiares brasileiros, amigos, ou jogadores peruanos que atuam ou atuaram no Flamengo, como Paolo Guerrero e Miguel Trauco. Essas são as hipóteses mais aceitas pois os times brasileiros, ao contrário dos europeus e os gigantes argentino, não têm tanta força fora do país em questão de torcida, talvez falte mais interesse dos clubes em expandir a marca internacionalmente.

Tabela 10 – Relação entre local de nascença e o time que torce

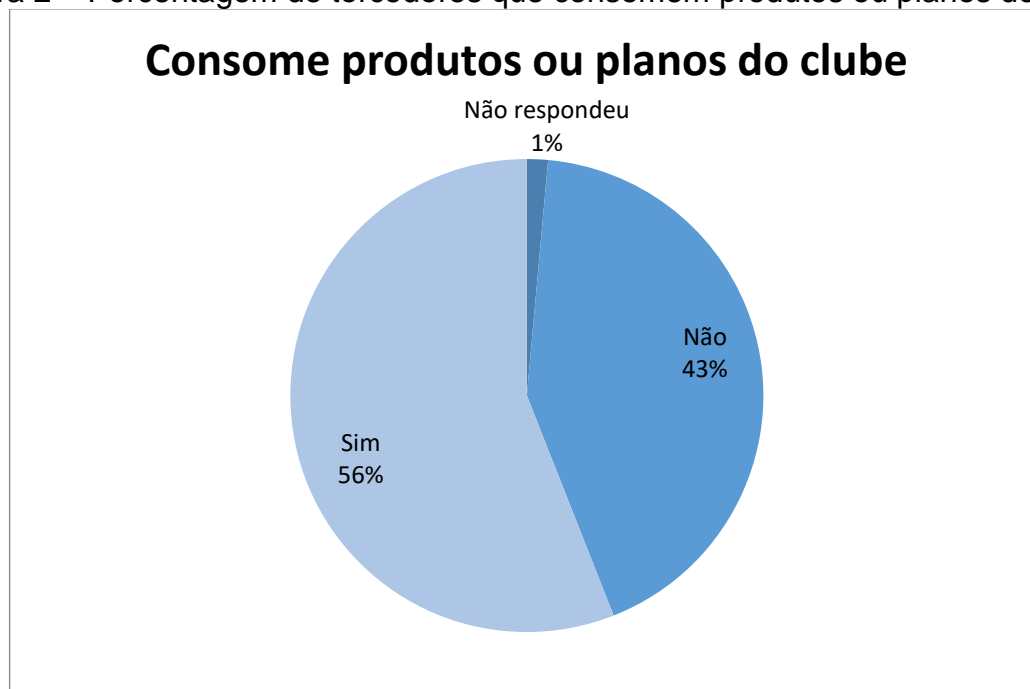
Times	Campos dos Goytacazes	Estrangeiro	Não sabe/ não respondeu	Outra cidade/ RJ	Outro Estado	Total Geral
Americano	4					4

<b>Botafogo</b>	16			5	1	22
<b>Flamengo</b>	81	1	1	13	6	102
<b>Fluminense</b>	22			4	1	27
<b>Não respondeu</b>	1					1
<b>Não torce</b>	17			3	1	21
<b>Time de fora do RJ</b>	3			2	8	13
<b>Time estrangeiro</b>	2				1	3
<b>Vasco</b>	31		1	4	1	37
<b>Total Geral</b>	<b>177</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>31</b>	<b>19</b>	<b>230</b>

Fonte: Dados primários coletados pelo autor (2018)

Os valores observados para o consumo de produtos e planos do time, é considerado pouco, uma vez que 56% tenha respondido que “sim”. Mesmo com a grade proporção de flamenguistas, clube que é um dos maiores vendedores de camisa e material esportivo no Brasil e nas Américas. O desempenho fraco no número de sócios-torcedores com os times cariocas e a distância de Campos para o Rio de Janeiro, que impede de ir frequentemente nos jogos, pode fazer a lista do “Não” neste quesito.

Figura 2 – Porcentagem de torcedores que consomem produtos ou planos do clube

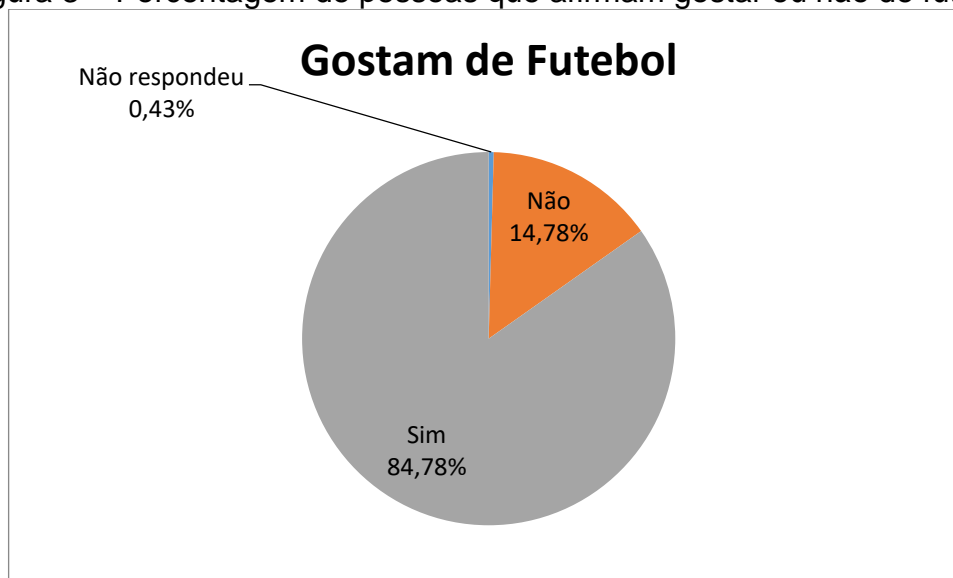


Fonte: Dados primários coletados pelo autor (2018)

Ter uma população de mais de 80% dizendo que gostam de futebol é um resultado satisfatório, mas o resultado pode não refletir na realidade. Algumas pessoas podem

superficialmente marcar o “Sim”, mas não saberem nem quanto tempo tem em média um jogo e quantos atletas entram em campo.

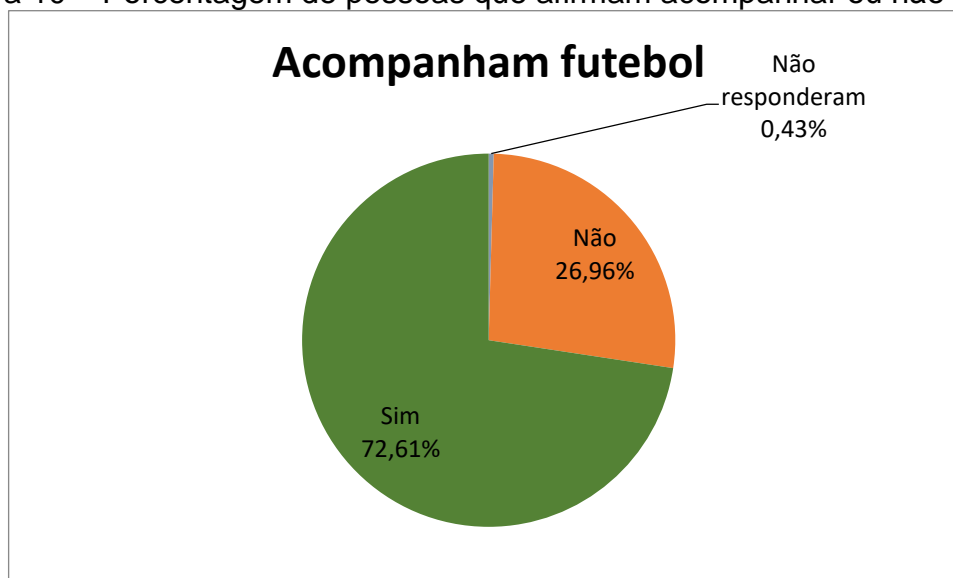
Figura 3 – Porcentagem de pessoas que afirmam gostar ou não de futebol



Fonte: Dados primários coletados pelo autor (2018)

Em se tratando das pessoas que gostam de futebol, o resultado referente ao “Não” aumenta, e já preocupa mais. No “País do futebol”, ter aproximadamente um quarto de pessoas que não acompanham futebol em uma cidade do porte de Campos, considerando que um estudo do Datafolha apontou um desinteresse maior dos brasileiros com o futebol, e que esse desinteresse cresceu por parte das mulheres e pessoas com menor renda. De fato, esse desinteresse é refletido nos estádios vazios e audiências baixas nas TVs. No Brasil, o momento que geralmente apresenta maior interesse pelo futebol é a Copa do Mundo da FIFA, em parte influenciado pelas comemorações que acompanham a torcida pela seleção. Como a maioria dos brasileiros acompanhando a seleção na Copa, aqueles que normalmente não se interessam por futebol, se tornam “patriotas” a cada quatro anos e passam a dar alguma “atenção” ao futebol. Atenção entre aspas, pois um grande número de pessoas, em períodos recentes, aparentemente só torcem para postar ou aparecer em redes sociais.

Figura 10 – Porcentagem de pessoas que afirmam acompanhar ou não futebol



Fonte: Dados primários coletados pelo autor (2018)

Todos os times seguem uma proporção parecida no gosto pelo futebol. Uma pessoa que não tem time para torcer geralmente é porque não gosta ou não liga para o esporte, já uma minoria gosta, mas prefere ficar neutro. É fato que a grande maioria de jornalista, narradores, comentaristas e árbitros tem um time do coração, mas preferem não revelar para manter uma imagem de imparcialidade.

Tabela 11 – Relação entre o time que torce e o gosto pelo futebol

Times	GOSTA DE FUTEBOL			Total Geral
	Não respondeu	Não	Sim	
Americano			4	4
Botafogo		1	21	22
Flamengo	1	9	92	102
Fluminense		2	25	27
Não respondeu			1	1
Não torce		18	3	21
Time de fora do RJ		2	11	13
Time estrangeiro			3	3
Vasco		2	35	37
<b>Total Geral</b>	<b>1</b>	<b>34</b>	<b>195</b>	<b>230</b>

Fonte: Dados primários coletados pelo autor (2018)

O número de indivíduos que não acompanham futebol cresce em todos os times, principalmente em Flamengo e Fluminense. E obviamente para aqueles que não torcem, há um crescimento em relação ao gosto pelo esporte.

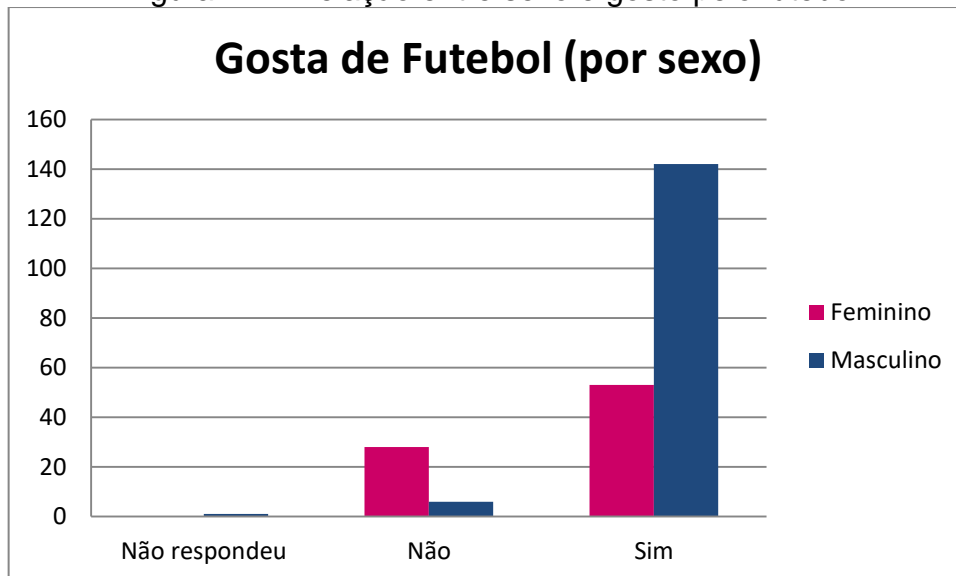
Tabela 12 – Relação entre o time que torce e se acompanha o futebol

ACOMPANHA FUTEBOL	
-------------------	--

Times	Não respondeu	Não	Sim	Total Geral
Americano			4	4
Botafogo		4	18	22
Flamengo	1	19	82	102
Fluminense		11	16	27
Não respondeu			1	1
Não torce		20	1	21
Time de fora do RJ		3	10	13
Time estrangeiro			3	3
Vasco		5	32	37
<b>Total Geral</b>	<b>1</b>	<b>62</b>	<b>167</b>	<b>230</b>

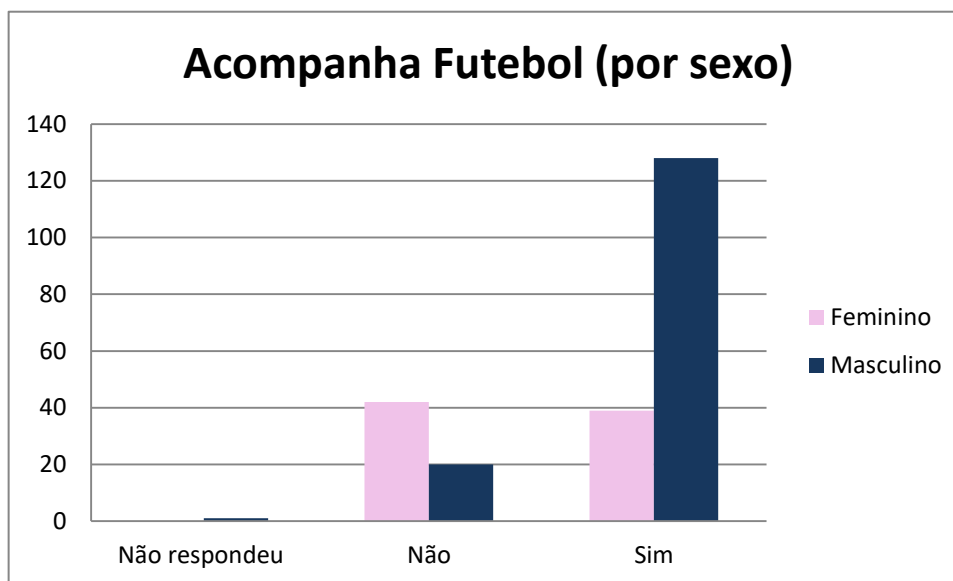
Fonte: Dados primários coletados pelo autor (2018)

Figura 11 – Relação entre sexo e gosto pelo futebol



Fonte: Dados primários coletados pelo autor (2018)

Figura 12 – Relação entre sexo e acompanhamento pelo futebol



Fonte: Dados primários coletados pelo autor (2018)

Nos gráficos relacionados a gosto e acompanhamento do futebol, é claramente visível o desinteresse maior das mulheres em torno do futebol. Os números mais objetivos nas tabelas a seguir.

Tabela 13 – Relação entre sexo e o gosto pelo futebol

Gosta de Futebol (% por sexo)			
Sexo	Não respondeu	Não	Sim
Feminino		35%	65%
Masculino	1%	4%	95%

Fonte: Dados primários coletados pelo autor (2018)

Os motivos para o desinteresse da mulher para o futebol podem ter raízes históricas e sociológicas associadas também a questões de gênero. O futebol é um esporte tipicamente masculino no Brasil desde a infância e é usualmente difícil para a mulher se introduzir nesse universo sem que haja um certo tipo de preconceito. O futebol feminino, que poderia dar uma identificação às mulheres, não é muito popular no Brasil, com pouco investimento e patrocínio, pouco tempo de TV e estádios vazios. Aliado a isso, essa impopularidade do futebol feminino é ainda reforçada pela ausência de um título importante, como Ouro nas Olimpíadas ou título na Copa do Mundo, pois sem estrutura é difícil de brigar com países que investem e incluem mais a mulher no futebol, como Estados Unidos, Japão, Alemanha e Suécia. Mas ainda assim, a seleção feminina de futebol é competitiva, mas depende apenas do talento das jogadoras brasileiras. Com tudo isso, é normal que as mulheres não se

interessem tanto por um esporte majoritariamente praticado por homens. O mesmo não é observado em outros esportes como o vôlei que, com investimentos e aceitações mais iguais, resultam em resultados e interesse iguais ou até mesmo superiores no feminino. No Brasil, ainda há um pensamento muito forte de que futebol é esporte para homens, e a entrada de mulheres para assistir e principalmente jogar, feriria sua feminilidade. Segundo Franzini (2005) “A virilidade virtuosa do esporte é frequentemente ressaltada pela sentença “futebol é coisa para macho” (ou, em uma versão pouco menos rude, “coisa para homem”), bem como em tiradas jocosas reveladoras de vivo preconceito”. Como sexo frágil, a mulher deveria se distanciar de competições esportivas. “Além disso, poderiam desestabilizar a estruturação de um espaço de sociabilidade criado e mantido sob domínio masculino, cuja justificativa para sua consolidação, assentada na biologia do corpo e do sexo, deveria atestar a superioridade deles ]em relação a elas.” (Goellner, 2005) Esses fatores vão à contramão da proposta do esporte de união e confraternização. “Se pensarmos no papel que a bola desempenha enquanto elemento congregador de nossa identidade nacional, tal contraste coloca uma pergunta crucial: qual o lugar da mulher dentro do país do futebol?” (Franzini, 2005)

Tabela 14 – Relação entre sexo e acompanhamento do futebol

<b>Acompanha Futebol (% por sexo)</b>			
<b>Sexo</b>	<b>Não respondeu</b>	<b>Não</b>	<b>Sim</b>
<b>Feminino</b>		52%	48%
<b>Masculino</b>	1%	13%	86%

Fonte: Dados primários coletados pelo autor (2018)

#### **4.1 Escalas de satisfação e envolvimento com o time**

Na escala de lealdade, só há uma afirmação, sobre se o torcedor em algum momento trocaria de clube, em qualquer circunstância. E os resultados mostram que o torcedor que escolhe um time pra torcer, dificilmente mudaria de clube, mostrando-se fiéis ao clube escolhido. Mesmo os que escolhem o clube por causa da família, querem manter de time para se sentirem conectados aos seus familiares, e passar para a próxima geração o que lhes foram passados. Cabe ressaltar que mesmo alguns que marcaram o número um, marcaram enganados, achando que o um era o mais forte, mesmo tendo sido auxiliado pelo entrevistador e pelo próprio



questionário. Sendo assim, percebe-se que o índice lealdade para os times de coração em Campos dos Goytacazes é bem grande.

Tabela 15 – Escala de lealdade ao clube

<b>Lealdade</b>	
<b>Nunca trocaria de clube</b>	
<b>1</b>	16
<b>2</b>	2
<b>3</b>	8
<b>4</b>	15
<b>5</b>	166
<b>Não respondeu</b>	2

Fonte: Dados primários coletados pelo autor (2018)

Nas escalas de amor ao clube, a afirmação de quem tem amor incondicional ao clube tende ao “cinco”, que revelaria que há uma relação mais forte entre torcedor e clube. Curiosamente, a taxa praticamente fica inversamente proporcional quando se questiona se faria loucuras pelo clube, onde a grande maioria respondeu “um”, mostrando certa racionalidade por parte dos torcedores. Se questionado se ficaria triste se algum parente próximo torcesse por um rival, os extremos foram a maioria, sendo que os que menos se importava com tal fato foram maiores.

Embora não seja adotada classificação ordinal do nível que os torcedores torcem para seus times, certamente o indivíduo que marcou “cinco” nas três afirmações seria classificado como torcedor “fanático” ou torcedor “doente”, utilizando expressões populares.

Tabela 16 – escala de amor ao clube

<b>Amor ao clube</b>					
<b>Tenho amor incondicional pelo clube</b>		<b>Faria loucuras pelo clube</b>		<b>Ficaria triste se o(a) filho(a) ou parente próximo torcesse pelo rival</b>	
<b>1</b>	26	<b>1</b>	113	<b>1</b>	78
<b>2</b>	12	<b>2</b>	21	<b>2</b>	26
<b>3</b>	32	<b>3</b>	36	<b>3</b>	30
<b>4</b>	23	<b>4</b>	11	<b>4</b>	18
<b>5</b>	114	<b>5</b>	25	<b>5</b>	56
<b>Não respondeu</b>	2	<b>Não respondeu</b>	3	<b>Não respondeu</b>	1

Fonte: Dados primários coletados pelo autor (2018)

Quando perguntados sobre a satisfação dos torcedores com o clube, percebe-se que os times cariocas não têm uma boa resposta de seus torcedores, pois muitos responderam “um” nas duas questões. As que responderam “três”, na sua maioria, não acompanhavam o time e não sabiam da condição do clube, por isso marcaram o numero “três”, para se manterem neutros e alheios sobre o assunto. Nesse ponto, se reconhece que poderia ser incluído no quesito uma resposta para se assinalar que entrevistado não sabe, ou mesmo não quer responder a pergunta, e, dessa forma, é reconhecido que este pode ter sido um erro de confecção do questionário. Sobre o momento atual dos clubes, além do “três” muitos responderam “um”, mostrando que não estão nada satisfeitos com a situação dos clubes. Assim como a questão que se refere ao clube está perto do que satisfaz o torcedor, que é sobre a situação do clube, se é assim que o torcedor quer ver seu clube, tanto em gerência quanto em resultado, se o clube está perto do seu ápice. As respostas refletem o momento principalmente dos clubes cariocas, que se encontram na sua maioria em crise financeira, e brigando na parte de baixo da tabela. Mesmo o Flamengo que está bem classificado no Campeonato Brasileiro de 2018 e com situação financeira melhor, não satisfaz muito por não estar ganhando títulos importantes.

Tabela 17 – Escala de satisfação com o clube

<b>Satisfação</b>			
<b>Está satisfeito com o momento atual do clube</b>		<b>Ele está perto do que lhe satisfaz como torcedor</b>	
<b>1</b>	47	<b>1</b>	42
<b>2</b>	23	<b>2</b>	38
<b>3</b>	59	<b>3</b>	56
<b>4</b>	44	<b>4</b>	37
<b>5</b>	34	<b>5</b>	33
<b>Não respondeu</b>	2	<b>Não respondeu</b>	3

Fonte: Dados primários coletados pelo autor (2018)

Sobre a comunicação, ou a boca a boca sobre o time, que pode influenciar alguém a torcer por um time; os resultados mostram que muitos tentam convencer as outras pessoas a torcerem pelo mesmo time do entrevistado, as pessoas a serem convencidas podem ser filhos, relações amorosas, parentes ou amigos. O principal jogo aqui é a propaganda que se faz sobre o próprio clube. Mas se questionado se o torcedor sempre fala bem do clube, alguns se mostram mais realistas, outros são mais otimistas, e outros só falam quando o clube está realmente bem.

Tabela 18 – escala de comunicação

<b>Comunicação</b>			
<b>Recomendo meu clube à outras pessoas</b>		<b>Sempre falo bem do meu clube</b>	
<b>1</b>	19	<b>1</b>	16
<b>2</b>	5	<b>2</b>	16
<b>3</b>	30	<b>3</b>	52
<b>4</b>	31	<b>4</b>	47
<b>5</b>	121	<b>5</b>	75
<b>Não respondeu</b>	3	<b>Não respondeu</b>	2

Fonte: Dados primários coletados pelo autor (2018)

Essa escala envolve as relações dos torcedores com os jogadores atuais do time e a satisfação em torno dos atletas. Pelas respostas, a maioria parece estar satisfeita com alguns jogadores do clube, mas lembrando de que a primeira questão pode se referir a apenas um jogador, e não ao elenco. Tanto que na segunda questão, que pergunta se os jogadores representam o que o torcedor espera para o time, nem todos responderam a escala mais alta, pois muitos esperam um elenco melhor e com mais jogadores de qualidade e que retornem resultados positivos. Sobre o comprometimento dos jogadores, uma pequena maioria preferiu ir para as escalas mais altas, pois embora o elenco não seja tão qualificado como o esperado, há uma entrega dos jogadores para o time.

Tabela 19 – escala de jogadores

<b>Jogadores</b>					
<b>Há jogadores que o agradam no elenco do clube</b>		<b>Os jogadores representam o que eu queria pro time</b>		<b>Há comprometimento dos jogadores com o time</b>	
<b>1</b>	15	<b>1</b>	26	<b>1</b>	18
<b>2</b>	15	<b>2</b>	31	<b>2</b>	31
<b>3</b>	49	<b>3</b>	74	<b>3</b>	78
<b>4</b>	66	<b>4</b>	48	<b>4</b>	43
<b>5</b>	62	<b>5</b>	28	<b>5</b>	37
<b>Não respondeu</b>	2	<b>Não respondeu</b>	2	<b>Não respondeu</b>	2

Fonte: Dados primários coletados pelo autor (2018)

E os quesitos sobre a localidade procuravam pesquisar se os torcedores foram influenciados pela localização em que nasceu ou mora para torcer pelo clube. Quando questionados se moram perto do clube ou do estádio que o clube joga, a grande maioria dos torcedores respondeu “um”, pois Campos é relativamente longe do Rio. E sobre a identificação local com o clube, que é sobre se há uma identificação pelo time que torce pertencer à mesma cidade, estado, país ou continente, a maioria também respondeu “um”, só que em menor proporção. Nesse atributo de localidade, pode não ter sido claro para os entrevistados as questões, pois uma escala de um a cinco para distância pode não ser o adequado, e muitos também não sabiam ou não entendiam sobre a identificação local com o clube.

Tabela 20 – escala de localidade

<b>Localidade</b>					
<b>Mora perto do clube ou estádio</b>			<b>Sente uma identificação local com o clube</b>		
<b>1</b>	161	<b>1</b>	62	<b>1</b>	62
<b>2</b>	22	<b>2</b>	24	<b>2</b>	24
<b>3</b>	15	<b>3</b>	45	<b>3</b>	45
<b>4</b>	2	<b>4</b>	33	<b>4</b>	33
<b>5</b>	7	<b>5</b>	43	<b>5</b>	43
<b>Não respondeu</b>	2	<b>Não respondeu</b>	2	<b>Não respondeu</b>	2

Fonte: Dados primários coletados pelo autor (2018)

## 4.2 Escalas por atributos e times

Todos os conceitos e questões ditas anteriormente serão identificados pela porcentagem de torcedores de cada time do Rio, já que a utilização de todos os times geraria uma tabela muito grande.

Na questão da lealdade, vemos que os torcedores de Vasco e Flamengo tendem a declarar que jamais trocariam de clube. Por outro lado, os torcedores do Fluminense e Botafogo apresentam índices menores de lealdade. Os torcedores do Americano, mesmo em número pequeno, se mostram fieis com 100% das respostas no número “cinco”, mostrando que mesmo com as dificuldades dos times, ainda há espaço para os times pequenos no Brasil.

Tabela 21 – escala de lealdade por times (%)

Escala	Lealdade					
	Americano	Botafogo	Flamengo	Fluminense	Vasco	Total Geral
1	0,00%	4,55%	7,84%	3,70%	5,41%	6,25%
2	0,00%	0,00%	0,00%	3,70%	2,70%	1,04%
3	0,00%	9,09%	2,94%	7,41%	2,70%	4,17%
4	0,00%	9,09%	4,90%	14,81%	2,70%	6,25%
5	100,00%	72,73%	84,31%	66,67%	86,49%	81,25%
Não respondeu	0,00%	4,55%	0,00%	3,70%	0,00%	1,04%
<b>Total Geral</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>

Fonte: Dados primários coletados pelo autor (2018)

No atributo de amor ao clube, todas as torcidas, na sua maioria, assinalaram a alternativa “cinco” no que se trata do amor incondicional pelo clube. Os torcedores dos quatro grandes na maioria não fariam loucuras pelo clube, mostrando torcedores mais moderados. Torcedores de Flamengo e Fluminense também não ficariam tristes se um parente próximo escolhesse um time diferente para torcer, os do Botafogo ficaram bem divididos e uma maioria no Vasco não gostaria de ter um parente torcendo pelo rival “principalmente Flamengo”, segundo relatos. Já a pequena torcida do Americano parece mais envolvida com o time, pois a maioria escolheu a “cinco” nas três afirmações, por ter alguns torcedores bem identificados com o clube, convivendo por lá na infância ou jogando na base, é natural que eles criem um apego maior ao clube e um ódio maior pelo seu principal rival, o Goytacaz.

Tabela 22 – escala de amor ao clube por times (%)

<b>Amor ao clube</b>					
<b>Tem amor incondicional pelo clube</b>					
<b>Escala</b>	<b>Americano</b>	<b>Botafogo</b>	<b>Flamengo</b>	<b>Fluminense</b>	<b>Vasco</b>
<b>1</b>	0,00%	9,09%	11,76%	18,52%	13,51%
<b>2</b>	0,00%	0,00%	4,90%	3,70%	8,11%
<b>3</b>	0,00%	9,09%	19,61%	14,81%	10,81%
<b>4</b>	25,00%	4,55%	9,80%	22,22%	2,70%
<b>5</b>	75,00%	72,73%	53,92%	37,04%	64,86%
<b>Não respondeu</b>	0,00%	4,55%	0,00%	3,70%	0,00%
<b>Faria loucuras pelo clube</b>					
<b>Escala</b>	<b>Americano</b>	<b>Botafogo</b>	<b>Flamengo</b>	<b>Fluminense</b>	<b>Vasco</b>
<b>1</b>	25,00%	40,91%	56,86%	66,67%	45,95%
<b>2</b>	0,00%	9,09%	8,82%	11,11%	13,51%
<b>3</b>	25,00%	22,73%	16,67%	14,81%	16,22%
<b>4</b>	0,00%	9,09%	3,92%	0,00%	8,11%
<b>5</b>	50,00%	13,64%	12,75%	3,70%	16,22%
<b>Não respondeu</b>	0,00%	4,55%	0,98%	3,70%	0,00%
<b>Ficaria triste se filho ou parente próximo torcesse pelo rival</b>					
<b>Escala</b>	<b>Americano</b>	<b>Botafogo</b>	<b>Flamengo</b>	<b>Fluminense</b>	<b>Vasco</b>
<b>1</b>	25,00%	31,82%	39,22%	44,44%	24,32%
<b>2</b>	0,00%	18,18%	11,76%	11,11%	16,22%
<b>3</b>	0,00%	13,64%	18,63%	11,11%	2,70%
<b>4</b>	0,00%	4,55%	9,80%	14,81%	2,70%
<b>5</b>	75,00%	31,82%	20,59%	14,81%	54,05%
<b>Não respondeu</b>	0,00%	0,00%	0,00%	3,70%	0,00%

Fonte: Dados primários coletados pelo autor (2018)

A satisfação com o clube, como já comentado anteriormente, revela muito o momento que os times passam atualmente. Um grande número de “três se dá porque muitos torcedores se mostravam alheios ao momento dos times, por não acompanharem muito. Com a satisfação atual temos vários casos: no Americano, campeão da serie B do estadual, campeão da Copa Rio 2018 e classificados para Copa do Brasil 2019, o clube se encontra bem esportivamente mas, mesmo a maioria tendo marcado “cinco” (mais satisfeito), alguns marcaram “um” e “dois”, se mostrando insatisfeitos, não com o time, mas com a situação do time que se prestou a vender o estádio no coração de Campos. No Botafogo, os torcedores preferiram marcar os três números mais baixos, mas alguns se mostram satisfeitos, pois veem que o time está se comportando melhor que o esperado, por ser um time

relativamente barato. Os torcedores do Flamengo estão mais satisfeitos com o momento do clube, com as dívidas sendo sanadas, dinheiro entrando em caixa, times melhores; mas a falta de títulos ainda deixa alguns torcedores com o pé atrás. O Fluminense tem poucos satisfeitos, pois veem o clube afundado em dívidas e revelações sendo vendidas para tentar pagar salários atrasados, isso se reflete em campo, com o time brigando contra o rebaixamento para a série B do Campeonato Brasileiro de 2018. O Vasco vive um momento parecido com o Fluminense, sem dinheiro para montar um time melhor, com problemas políticos na eleição de sua diretoria, seguidos rebaixamentos para a Série B do Campeonato Brasileiro, e classificação ruim no campeonato de 2018. Sobre a satisfação do torcedor, o Flamengo apresenta os melhores resultados, pelos motivos listados anteriormente, mas ainda faltam os títulos.

Tabela 23 – escala de satisfação por times (%)

<b>Satisfação</b>					
<b>Está satisfeito com o momento atual do clube</b>					
<b>Escala</b>	<b>Americano</b>	<b>Botafogo</b>	<b>Flamengo</b>	<b>Fluminense</b>	<b>Vasco</b>
<b>1</b>	25,00%	27,27%	9,80%	25,93%	59,46%
<b>2</b>	25,00%	27,27%	4,90%	3,70%	24,32%
<b>3</b>	0,00%	22,73%	31,37%	48,15%	10,81%
<b>4</b>	0,00%	4,55%	32,35%	14,81%	0,00%
<b>5</b>	50,00%	13,64%	21,57%	3,70%	5,41%
<b>Não respondeu</b>	0,00%	4,55%	0,00%	3,70%	0,00%
<b>Ele está perto do lhe satisfaz como torcedor</b>					
<b>Escala</b>	<b>Americano</b>	<b>Botafogo</b>	<b>Flamengo</b>	<b>Fluminense</b>	<b>Vasco</b>
<b>1</b>	25,00%	22,73%	11,76%	14,81%	48,65%
<b>2</b>	25,00%	36,36%	9,80%	37,04%	24,32%
<b>3</b>	25,00%	27,27%	28,43%	29,63%	18,92%
<b>4</b>	0,00%	9,09%	25,49%	7,41%	2,70%
<b>5</b>	25,00%	4,55%	23,53%	3,70%	5,41%
<b>Não respondeu</b>	0,00%	0,00%	0,98%	7,41%	0,00%

Fonte: Dados primários coletados pelo autor (2018)

Ao recomendar o clube a outras pessoas, os torcedores do Fluminense parecem mais tímidos. Já os torcedores de Flamengo e Americano tendem mais a falarem bem do clube do que torcedores de outros times do Rio. A propaganda para o time pode ajudar a atrair novos torcedores ou criar antipatia com outros.

Tabela 24 – escala de comunicação por times (%)

<b>Comunicação</b>					
<b>Recomendo meu clube à outras pessoas</b>					
<b>Escala</b>	<b>Americano</b>	<b>Botafogo</b>	<b>Flamengo</b>	<b>Fluminense</b>	<b>Vasco</b>
<b>1</b>	0,00%	4,55%	5,88%	7,41%	16,22%
<b>2</b>	0,00%	0,00%	1,96%	7,41%	0,00%
<b>3</b>	0,00%	13,64%	5,88%	25,93%	32,43%
<b>4</b>	25,00%	9,09%	18,63%	22,22%	5,41%
<b>5</b>	75,00%	68,18%	66,67%	33,33%	45,95%
<b>Não respondeu</b>	0,00%	4,55%	0,98%	3,70%	0,00%
<b>Sempre falo bem do meu clube</b>					
<b>Escala</b>	<b>Americano</b>	<b>Botafogo</b>	<b>Flamengo</b>	<b>Fluminense</b>	<b>Vasco</b>
<b>1</b>	0,00%	9,52%	5,88%	3,70%	10,81%
<b>2</b>	0,00%	9,52%	3,92%	18,52%	10,81%
<b>3</b>	0,00%	23,81%	23,53%	22,22%	32,43%
<b>4</b>	0,00%	33,33%	21,57%	25,93%	18,92%
<b>5</b>	75,00%	23,81%	45,10%	25,93%	27,03%
<b>Não respondeu</b>	25,00%	0,00%	0,00%	3,70%	0,00%

Fonte: Dados primários coletados pelo autor (2018)

Em relação aos torcedores, os botafoguenses se sentem pouco satisfeitos com os jogadores que vestem a camisa do clube, e também acham que há pouco comprometimento dos jogadores com o Botafogo, dados que não combinam com o de satisfação com o clube. Os flamenguistas estão mais satisfeitos com os jogadores, embora não sejam os jogadores dos sonhos do torcedor, e, segundo a torcida entrevistada, não há tanto comprometimento dos jogadores como deveria. Para torcedores do Fluminense e Vasco, há poucos jogadores que os agradam em um elenco ruim, mas os times claramente não são o dos sonhos desses torcedores.



Tabela 25 – escala de jogadores por time (%)

<b>Jogadores</b>					
<b>Há jogadores que o agradam no elenco do clube</b>					
<b>Escala</b>	<b>Americano</b>	<b>Botafogo</b>	<b>Flamengo</b>	<b>Fluminense</b>	<b>Vasco</b>
<b>1</b>	0,00%	13,64%	3,92%	3,70%	16,22%
<b>2</b>	0,00%	9,09%	2,94%	14,81%	16,22%
<b>3</b>	50,00%	31,82%	19,61%	25,93%	24,32%
<b>4</b>	25,00%	36,36%	36,27%	18,52%	21,62%
<b>5</b>	25,00%	4,55%	37,25%	33,33%	21,62%
<b>Não respondeu</b>	0,00%	4,55%	0,00%	3,70%	0,00%
<b>Os jogadores representam o que você queria pro time</b>					
<b>Escala</b>	<b>Americano</b>	<b>Botafogo</b>	<b>Flamengo</b>	<b>Fluminense</b>	<b>Vasco</b>
<b>1</b>	0,00%	9,09%	4,90%	14,81%	37,84%
<b>2</b>	0,00%	36,36%	7,84%	14,81%	27,03%
<b>3</b>	75,00%	36,36%	40,20%	40,74%	13,51%
<b>4</b>	25,00%	13,64%	27,45%	14,81%	13,51%
<b>5</b>	0,00%	4,55%	19,61%	11,11%	5,41%
<b>Não respondeu</b>	0,00%	0,00%	0,00%	3,70%	2,70%
<b>Há comprometimento dos jogadores com o time</b>					
<b>Escala</b>	<b>Americano</b>	<b>Botafogo</b>	<b>Flamengo</b>	<b>Fluminense</b>	<b>Vasco</b>
<b>1</b>	0,00%	9,09%	6,86%	14,81%	13,51%
<b>2</b>	0,00%	27,27%	9,80%	22,22%	24,32%
<b>3</b>	25,00%	45,45%	35,29%	33,33%	43,24%
<b>4</b>	25,00%	13,64%	23,53%	18,52%	13,51%
<b>5</b>	50,00%	4,55%	23,53%	7,41%	5,41%
<b>Não respondeu</b>	0,00%	0,00%	0,98%	3,70%	0,00%

Fonte: Dados primários coletados pelo autor (2018)

Sobre morar perto do clube ou estádio, os resultados mostram como essa escala pode ser relativa em relação a cada indivíduo, pois nenhum botafoguense revela morar perto do clube, poucos torcedores de Flamengo, Vasco e Fluminense revelam que moram perto do estádio. Nesse sentido, aparentemente alguns consideram que moram perto pois moram no mesmo estado do clube, e outros consideram que a distância entre o Rio de Janeiro e Campos é longe o suficiente para considerar que não mora perto do clube. Mas, curiosamente, nenhum torcedor do Americano assinalou morar perto do clube, mesmo sendo da mesma cidade. É óbvio que, provavelmente, esses torcedores tinham um sentimento de proximidade maior quando o estádio do clube era no Parque Tamandaré e que a transferência para o Parque Guarus pode ter sido identificada como um deslocamento grande. Mas,

nesse sentido, há um paradoxo na interpretação do conceito de proximidade e distância entre os torcedores do Americano em relação aos demais clubes.

Tabela 26 – escala de lealdade por times (%)

<b>Localidade</b>					
<b>Mora perto do clube ou do estádio</b>					
<b>Escala</b>	<b>Americano</b>	<b>Botafogo</b>	<b>Flamengo</b>	<b>Fluminense</b>	<b>Vasco</b>
<b>1</b>	25,00%	86,36%	72,55%	77,78%	83,78%
<b>2</b>	0,00%	4,55%	15,69%	11,11%	5,41%
<b>3</b>	75,00%	9,09%	7,84%	0,00%	2,70%
<b>4</b>	0,00%	0,00%	1,96%	0,00%	0,00%
<b>5</b>	0,00%	0,00%	1,96%	7,41%	5,41%
<b>Não respondeu</b>	0,00%	0,00%	0,00%	3,70%	2,70%
<b>Sente uma identificação local com o clube</b>					
<b>Escala</b>	<b>Americano</b>	<b>Botafogo</b>	<b>Flamengo</b>	<b>Fluminense</b>	<b>Vasco</b>
<b>1</b>	25,00%	36,36%	26,47%	25,93%	24,32%
<b>2</b>	0,00%	13,64%	8,82%	18,52%	8,11%
<b>3</b>	25,00%	27,27%	22,55%	11,11%	32,43%
<b>4</b>	0,00%	13,64%	23,53%	7,41%	8,11%
<b>5</b>	50,00%	4,55%	18,63%	33,33%	27,03%
<b>Não respondeu</b>	0,00%	4,55%	0,00%	3,70%	0,00%

Fonte: Dados primários coletados pelo autor (2018)

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em geral, o resultado foi satisfatório para identificar o comportamento de algumas torcidas. Como uma paixão e identificação grande por parte dos torcedores do Americano, um otimismo e satisfação na torcida do Flamengo e um certo receio na torcida dos demais clubes cariocas, principalmente no Fluminense.

Sobre os objetivos, não foi possível identificar de forma objetiva conceitos subjetivos e complexos que é relação e o grau de identificação de um torcedor com o clube. Por exemplo, o grande número de “três” nas respostas indica uma certa indiferença ou desconhecimento sobre a situação atual do clube, já que não havia alguma alternativa para “não sei responder”. Nesse sentido, pode-se dizer que foi um erro na confecção do questionário e que eram corrigidos conforme as entrevistas eram feitas, já que o questionário contou com três versões para minimizar mal-entendido por parte dos entrevistados. Esse elemento pode ser considerado um erro de condução da pesquisa, porque a explicação do questionário foi feita de forma distinta, ao qual pode terminar em diferenças nas respostas dos entrevistados, mesmo que a diferença seja mínima. Uma pesquisa com o uso de entrevistas deve ser feita com abordagens iguais para todo entrevistado. Esse erro ocorreu pela junção das entrevistas do pré (que inicialmente servia apenas para teste do questionário, juntando um total de 56 alunos) com as entrevistas na rua, com o baixo número de entrevistas na rua houve a necessidade de junção.

Mas o fato ocorrido no questionário e um número relativamente grande de torcedores que dizem não acompanhar o time podem ajudar a comprovar a hipótese. O número de pessoas entrevistados pode não ter sido o ideal, mas foi possível identificar itens mais objetivos como gosto e acompanhamento do futebol, principal mídia de acompanhamento.

Dentre as maiores torcidas de Campos, o Flamengo tem o maior número de torcedores, como esperado. O interesse maior dos homens pelo futebol ficou evidente. A pouca frequência dos torcedores no estádio também foi evidenciada. E talvez na principal questão do questionário, que é a do motivo para torcer pelo clube, foi identificada como a influência da família é importante, e como a maior responsável por gerar torcedores para o clube em Campos, e certamente do Brasil,

e que essa influencia faz com que os torcedores não tenham o interesse de trocar de clube.

As respostas dos questionários foram tão diversas que não teve como apresentar as resposta nesse trabalho, mesmo simplificando, pois os gráficos e tabelas ficariam maiores e mais confusos. Por fim, falar de assunto tão apaixonante e cultural no Brasil, que é o futebol, é muito interessante pois ajuda a identificar o comportamento do brasileiro, e como ele lida com a situação do seu time, com as rivalidades e com a alegria que o futebol traz.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CAMPOS, Ciro; BATISTA, Daniel; PRATA, João. Campeonato Brasileiro registra maior média de público em 30 anos: Edição de 2018 tem cerca de 18,3 mil pessoas por jogo, número superado pela última vez apenas em 1987. **Estadão**. São Paulo, 2018. Disponível

em:<<https://esportes.estadao.com.br/noticias/futebol,campeonato-brasileiro-registra-maior-media-de-publico-em-30-anos,70002524423>>. Acesso em: 22 nov. 2018.

CRESCER desinteresse do brasileiro por futebol, aponta Datafolha: Mulheres e pessoas com menor renda familiar têm menor interesse no esporte. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 2018. Disponível

em: <<https://www1.folha.uol.com.br/esporte/2018/05/cresce-desinteresse-do-brasileiro-por-futebol-aponta-datafolha.shtml>>. Acesso em: 22 nov. 2018.

DE LAURENTIIS, Francisco. Time mexicano lidera venda de camisetas na América; Flamengo é 3º. **ESPN**. 2017. Disponível

em:<[http://www.espn.com.br/blogs/varalespn/661073\\_ESPNtime-mexicano-lidera-venda-de-camisetas-na-america-flamengo-e-3-BR](http://www.espn.com.br/blogs/varalespn/661073_ESPNtime-mexicano-lidera-venda-de-camisetas-na-america-flamengo-e-3-BR)>. Acesso em: 22 nov. 2018.

ESPARTEL, Lélis Balestrin; MÜLLER NETO, Hugo Fridolino; POMPIANI, Ana Emília Mallmann. "AMAR É SER FIEL A QUEM NOS TRAI": A RELAÇÃO DO TORCEDOR COM SEU TIME DE FUTEBOL. Porto Alegre, p.59-80, 2009.

FAGUNDES, Ailton Laurentino Caris. **El barrio, la cancha y los trapos: identidade e alteridade entre as barras argentinas**. 2009.(Antropologia) - Natal, 2014.

FRANZINI, Fábio. Futebol é "coisa para macho"?: Pequeno esboço para uma história das mulheres no país do futebol. **Revista Brasileira de História**. São Paulo, v. 25, n. 50, p. 315-328, 2005.

FUTEBOL e Copa do Mundo. **Datafolha**, 2018. Disponível em: <http://media.folha.uol.com.br/datafolha/2018/04/13/f21c6daf5d8b98f2a94089505961847f6576d01a.pdf>. Acesso em: 11 abr. 2019.

GASTALDO, Édison. AS RELAÇÕES JOCOSAS FUTEBOLÍSTICAS. futebol, sociabilidade e conflito no Brasil.p.311-325, 2010.

GOELLNER, Silvana Vilodre. Mulheres e Futebol no Brasil: entre sombras e visibilidades. **Revista Brasileira de Educação Física**. São Paulo, v. 19, n. 2, p. 143-151, 2005.

GONÇALVES, Emerson. Entenda o porquê do crescimento contínuo dos clubes europeus...: E o declínio dos nossos. **Globoesporte.com**. 2017. Disponível em:<<http://globoesporte.globo.com/blogs/especial-blog/olhar-cronico-esportivo/post/entenda-o-porque-do-crescimento-continuo-dos-clubes-europeus.html>>. Acesso em: 26 nov. 2018.

KOWALSKI, Marizabel . **Por que Flamengo?**.Rio de Janeiro: Editora Gama Filho, 2001.

MALHANO, Clara E. S. M. B. MALHANO, Hamilton Botelho . **Memória social dos esportes**: São Januário, arquitetura e história. Rio de Janeiro: MAUAD, 2002.

MANIAUDET, Guilherme; SILVA, Leandro. Paulistão lidera público entre estaduais com times da Série A; Carioca é o 2º pior: Média em São Paulo é de 7.587 pagantes por jogo, que ainda tem o maior público no ano no Brasil, no clássico Corinthians 2 x 0 Palmeiras. Rio de Janeiro fica à frente apenas de PERNAMBUCO. **Globoesporte.com**. Rio de Janeiro, 2018. Disponível em: <<https://globoesporte.globo.com/numerologos/noticia/carioca-tem-a-2-pior-media-de-publico-dentre-os-estaduais-com-times-da-serie-a.ghtml>>. Acesso em: 26 nov. 2018.

MARQUETTO, Matheus Frohlich et al. Conhecendo o Comportamento de Torcedores em Relação ao Amor à Marca de Clubes de Futebol. **Brazilian Business Review**, Santa Maria, p.272-287, 1 fev. 2017.

MOREIRA, Claudio Vinicius da Silva. **Estádio Godofredo Cruz, Campos dos Goytacazes-RJ: Identidade Desconstituída Pelo Capital Privado**. Campos dos Goytacazes, 2017. Monografia(Licenciatura em Geografia) - Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Fluminense.

SANTOS, Milton. *A Natureza do Espaço: Técnica, Razão e Emoção*. 3ª Edição. São Paulo: Edusp (Editora da USP), 2003.

## ANEXO 1

### Questionário

A pesquisa será feita com um número X de pessoas em diversas áreas de Campos dos Goytacazes, utilizando uma amostragem, com o seguinte questionário:

#### 1. Perfil dos torcedores:

- a. Sexo: ( ) Masculino ( ) Feminino
- b. Idade: \_\_\_\_\_
- c. Renda domiciliar Mensal: \_\_\_\_\_
- d. Nasceu em Campos? ( ) Sim ( ) Não
- e. Mora em Campos? ( ) Sim ( ) Não
- f. Onde nasceu? \_\_\_\_\_
- g. A quanto tempo mora em Campos? \_\_\_\_\_ Anos

#### 2. Perfil do indivíduo em relação ao futebol:

- a. Gosta de futebol? ( ) Sim ( ) Não
- b. Acompanha o esporte? ( ) Sim ( ) Não
- c. Torce para algum time? ( ) Sim ( ) Não
  - I. Qual? \_\_\_\_\_
  - II. Em breves palavras, qual o motivo que te levou a torcer para o clube?  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
- d. Com que frequência costuma ir ao estádio acompanhar o seu clube?
  - *Nunca*
  - *Pouco*
  - *Regularmente*
  - *Muito*
  - *Sempre*
- e. Qual o meio que você mais costuma usar para acompanhar seu time?  
(TV, rádio, internet, ir ao estádio, etc)  
\_\_\_\_\_

f. Consome produtos ou planos do clube? ( ) Sim ( ) Não

### 3. Relação e contentamento do torcedor com seu clube:

Nesse caso, serão usadas níveis numéricos de 1 a 5 com uma escala crescente na proporção com que seus indicadores mostram em relação as perguntas. No final será dada a média das escalas. As questões refletem um pouco o momento atual do clube.

#### a. Lealdade

I. Nunca trocaria de clube 

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

#### b. Amor ao clube

I. Tem amor incondicional pelo clube 

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

II. Faria loucuras pelo clube 

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

III. Ficaria triste se o(a) filho(a) ou parente próximo torcesse para um

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

#### c. Satisfação

I. Está satisfeito com o momento atual do clube 

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

II. Ele está perto do que lhe satisfaz como torcedor 

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

#### d. Comunicação

I. Recomendo meu clube à outras pessoas 

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

II. Sempre falo bem do meu clube 

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

#### e. Jogadores

I. Há jogador ou jogadores que o agradam no elenco do clube 

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

II. Os jogadores representam o que você queria pro time 

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

III. Há comprometimento dos jogadores com o time 

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

#### f. Localidade

I. Mora perto do clube ou do estádio 

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

II. Sente uma identificação local com o clube 

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---