

Ângelo Luiz Brüggemann

**CULTURA E TECNOLOGIAS: NETNOGRAFIA COM JOVENS
FUTEBOLISTAS BRASILEIROS NA EUROPA.**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Educação Física da Universidade Federal de Santa Catarina para obtenção do título de Mestre em Educação Física.

Orientador: Prof. Dr. Giovani De Lorenzi Pires

Co-orientador: Prof. Dr. Fernando Gonçalves Bitencourt

Florianópolis-SC
2015

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,
através do Programa de Geração Automática da Biblioteca Universitária da UFSC.

Brüggemann, Ângelo Luiz
Cultura e Tecnologias : Netnografia com jovens
futebolistas brasileiros na Europa / Ângelo Luiz Brüggemann
; orientador, Giovani De Lorenzi Pires ; coorientador,
Fernando Gonçalves Bitencourt. - Florianópolis, SC, 2015.
125 p.

Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Santa
Catarina, Centro de Desportos. Programa de Pós-Graduação em
Educação Física.

Inclui referências

1. Educação Física. 2. Educação Física. 3. Netnografia. 4.
Futebol. 5. Redes Sociais. I. Pires, Giovani De Lorenzi.
II. Bitencourt, Fernando Gonçalves. III. Universidade
Federal de Santa Catarina. Programa de Pós-Graduação em
Educação Física. IV. Título.

ÂNGELO LUIZ BRÜGGEMANN

**CULTURA E TECNOLOGIAS: NETNOGRAFIA COM
JOVENS FUTEBOLISTAS BRASILEIROS NA EUROPA.**

Esta Dissertação foi julgada adequada para a obtenção do título de
“Mestre”,
e aprovada em sua forma final pelo Programa de Pós-graduação em
Educação Física.

Florianópolis, 23 de fevereiro de 2015.

Prof. Dr. Luiz Guilherme Antonacci Guglielmo
Coordenador do Programa de Pós-graduação em Educação Física

Banca Examinadora:

Prof. Dr. Giovani De Lorenzi Pires - Orientador
Universidade Federal de Santa Catarina

Prof. Dr. Fernando Gonçalves Bitencourt - Co-orientador
Instituto Federal de Santa Catarina

Prof. Dr. Sérgio Dorenski Dantas Ribeiro
Universidade Federal de Sergipe

Prof^a. Dr^a. Carmen Silvia Rial
Universidade Federal de Santa Catarina

Prof. Dr. Rogério Santos Pereira
Universidade Federal de Santa Catarina

Prof. Dr. Francisco Emilio Medeiros – Suplente
Universidade Federal de Santa Catarina

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer inicialmente meus pais Ângela M. Soares Brüggemann e José Tadeu Brüggemann, que mais uma vez não mediram esforços para que eu concluísse mais esta etapa de minha formação de vida e profissional, sempre me apoiando e contribuindo nas minhas escolhas e decisões. Agradeço também ao meu irmão, José Tadeu Brüggemann Filho, que a cada dia me faz aprender mais sobre a vida.

Agradeço, minha namorada, Louiza Hüntemann Garcia que ao longo desses dois anos me aguentou várias vezes falando da árdua tarefa de vencer as tarefas das disciplinas e as dificuldades da pesquisa. Muito Obrigado por estar junto comigo em mais esta formação.

Agradeço ao PPGEF UFSC pela oportunidade continuar com minha formação, juntamente com o corpo de docentes da área de conhecimento Teoria e Prática Pedagógica; Jaison, Juarez, Gelcemar, Julio, Alciane, Cintia, entre outros que me mostraram de diferentes maneiras o quão grande é a Educação Física.

Agradeço também aos colegas do PPGEF; André, Dani, Cardoso, Miraíra, Willian, Liudmila, Priscila, Vinicius, entre outros pelas discussões e bate-papo durante esses dois anos de formação.

Os amigos da vida, Flávio, Gláucia, João, Gabi, Fabio, Roberta, André, Karine, entre tantos outros que faziam com que me afastasse momentaneamente dos meus pensamentos acadêmicos.

Aos parceiros e colegas do LaboMídia, que mais uma vez me acolheram em mais esta jornada, Muito Obrigado: Ferrari, Rogério, Iracema, Lu Fiamoncinni, Lyana, Juliano, Antônio, Cris, Josimar, Ana Elisa. Não posso esquecer os que passaram ao longo desses 6 anos que estou junto deste que é o melhor grupo do mundo, André, Angélica, Daniel, Messa, Paula Aragão, Vero, e todos os que estão espalhados por esse Brasil. Não esquecendo dos parceiros de LaboMídia e também do “Bonde do RU”; Bia, Silvan, Paulinha e Fê.

E como agradecer Giovanni de Lorenzi Pires e Fernando Gonçalves Bitencourt, que são muito mais do que orientadores, são amigos, companheiros de grupo, com quem posso me aconselhar não só nos assuntos acadêmicos, mas também no assunto da vida. Muito Obrigado.

Agradeço aos membros da Banca deste trabalho, Carmen Silva Rial, Rogério Santos Pereira, Sérgio Dorenski Dantas Ribeiro, Silvio Ricardo da Silva e Jaison José Bassani que contribuíram desde a qualificação deste estudo, e ao professor Francisco Emilio Medeiros que entrou nesta reta final. Muito Obrigado.

E por último agradeço aos Jovens Futebolistas que aceitaram participar desta pesquisa, sem a contribuição deles este estudo não aconteceria. Muito Obrigado.

RESUMO

O futebol no Brasil além de ser uma prática hegemônica é também um símbolo da cultura e identidade nacional, isso não se dá somente pela frequência que ouvimos falar sobre o esporte nos meios de comunicação, mas também por estar inserido mesmo que involuntariamente no nosso dia a dia, por exemplo nas conversas, nas atitudes e nas expressões de linguagens advindas do futebol. Esta ligação da sociedade brasileira com o futebol é mantida e difundida, principalmente, pela figura dos jogadores, pois são eles que mantêm acesa a alegria e o desejo de consumir esta prática cultural, através de suas jogadas dribles e modos de agir. No contemporâneo, estes atores sociais têm conseguido manter a atenção dos aficionados mesmo quando não estão jogando, através do espaço aberto pelas redes sociais. Ao observar esta nova realidade e também o aumento do desejo dos jovens em jogar futebol no exterior que surgiu a vontade de compreender como os jovens futebolistas interagem em seus perfis nas redes sociais com o intuito de manter contato com a cultura brasileira. Como forma de identificar e interpretar essa realidade que realizamos uma netnografia com jovens futebolistas, entre 18 e 24 anos, que exercessem sua profissão no continente europeu. A netnografia foi realizada durante quatro meses (maio, junho, julho e agosto) de 2014 ao que destacamos, que durante este período foram acompanhados nove jovens em 4 países diferentes (Alemanha, Áustria, Finlândia e Itália). Como resultado deste acompanhamento identificamos quatro categorias com maior representatividade nas interações dos futebolistas pesquisados que são: Família, Religiosidade, Linguagem e Hábitos e consumo cultural, e foi através destas que desenvolvemos nossas interpretações através do diálogo entre teoria e campo. Isso nos possibilitou perceber que os jovens futebolistas têm utilizado as redes sociais, não para algo novo, mas sim como uma ferramenta para reproduzir o que já acontecia, fazendo com que o mundo virtual (*on line*) seja uma continuação do mundo real (*off line*).

Palavras-chave: jovens futebolistas; redes sociais; cultura/identidade; netnografia.

ABSTRACT

Football in Brazil as well as being a hegemonic practice is also a symbol of culture and national identity, this does not happen only by the frequency that we hear about the sport on media, but also because of its insertion even involuntarily in our day by day, for example in conversations, attitudes and language expressions arising from the football. The connection of Brazilian society with football is maintained and disseminated, mainly, by the players' picture, they keep the happiness and the desire to consume this cultural practice, through playing, dribbling, and acting way. In contemporary, these social actors has managed to keep the attention of the fans even when they are not playing through the open space by social networks. By observing this new reality and also the increased desire of young guys to play football abroad that came the desire to understand how the young players interact in their profiles on social networks in order to connect with Brazilian culture. As a way to identify and interpret the reality that we performed a netnography with young footballers from 18 to 24 years, who exercise their occupation in Europe. Netnography was held for four months (May, June, July and August) 2014 to highlight that, during this period nine young players were observed in 4 different countries (Germany, Austria, Finland, Italy). As the result of the monitoring were identified four categories with the largest representation in the surveyed interactions of players who are: Family, Religiosity, Language and Habits and Cultural Consumption, and it was through these that our interpretations developed through dialogue between theory and field. This enabled us to realize that young footballers have used social networks, not for something new, but rather as a tool to reproduce what already happened, making the virtual world (online) being a continuation of the real world (offline).

Key words: young footballers; social network; culture/identity; netnography

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 Difusão do É Thois através das Redes Sociais

91

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	15
JUSTIFICATIVA E RELEVÂNCIA DA PESQUISA	29
CAPÍTULO 1 - PESQUISANDO NAS REDES: NETNOGRAFIA E SEU CAMINHO METODOLÓGICO.	33
CAPÍTULO 2 - ELOCUBRAÇÕES CONCEITUAIS: CONSTRUINDO UM QUADRO DE REFERÊNCIA.	41
2.1 CULTURA E/OU CULTURAS?	41
2.2 FUTEBOL E IDENTIDADE/CULTURA NACIONAL BRASILEIRA	44
2.3 PROJETO FAMILIAR: A REALIDADE DE MUITOS FUTEBOLISTAS.	47
2.4 ESTUDO DAS MIGRAÇÕES: IR E VIR DOS FUTEBOLISTAS PELO MUNDO DO FUTEBOL	48
2.5 INFLUÊNCIA DAS TIC'S NO MUNDO DO FUTEBOL CONTEMPORÂNEO.	51
CAPITULO 3 - FUTEBOLISTAS NAS REDES: CARACTERIZAÇÃO DOS SUJEITOS	55
CAPITULO 4 - INTERAÇÕES DOS FUTEBOLISTAS NAS REDES: INTERPRETAÇÕES E SUPOSIÇÕES	65
4.1 “FAMILIA, FAMILIA, PAPAÍ, MAMÃE, TITIA [...]”	70
4.1.1 O isolamento causa a saudade, saudade a vontade de estar perto.	70
4.1.2 Momentos festivos merecem ser lembrados e compartilhados.	75
4.2 “OBRIGADO SENHOR”, RELIGIOSIDADE E FÉ DOS JOGADORES	79
4.2.1 Continuar com as escolhas de Deus...	81
4.2.2 Difundindo a palavra Divina através da Rede.	86
4.3 #LINGUAGEM, #GÍRIAS E #SPRACHE: MANEIRAS DE SE COMUNICAR COM OS SEGUIDORES.	88
4.3.1 O comunicar dos futebolistas e seus seguidores: expressões de afeto e busca do contato.	92
4.3.2 Apropriação do novo idioma: como e quando utiliza-lo	96
4.4 BRASILIDADE OU HABITUS – CONSUMO CULTURAL NA EUROPA.	99
4.4.1 Em busca da cultura brasileira na Europa.	101
CONSIDERAÇÕES FINAIS	111
REFERÊNCIAS	117

INTRODUÇÃO

O Brasil é conhecido mundialmente por algumas características identitárias marcantes, que são popularmente representativas em todo seu território como: as comidas típicas, os estilos musicais advindos do samba, as religiões afro-brasileiras, o *jeitinho* brasileiro e, claro, o seu estilo de jogar futebol (GUEDES, 2011).

Dentre essas características marcantes tem-se o futebol como a mais admirada e popular entre brasileiros e estrangeiros. É sabido que os esportes em geral têm esse poder de aglutinar as pessoas em um sentimento comum, não importando a idade, os problemas econômicos, ou classe social; entretanto, o que se percebe no Brasil é que os demais esportes não conseguiram conquistar a população tanto quanto o futebol. Diferentemente deste, os demais esportes são lembrados esporadicamente por fatos momentâneos e por personagens que não se reinventam como o Guga no auge do tênis, a Fórmula 1 com o Senna, o Basquete com o Oscar e o Voleibol que, nos últimos anos, conquistou diversos títulos. Contudo, nada comparado ao futebol, que despertou a paixão dos brasileiros logo em sua chegada em terras “*tupiniquins*”¹ de modo que sua prática e a sua assistência, sob diferentes formas, se tornou parte do cotidiano da população brasileira, uma vez que tão importante quanto praticar e assistir é falar sobre futebol. Então debater, discutir, avaliar, posicionar-se se tornou algo corriqueiro para a população quando o assunto é a paixão nacional (GUEDES, 2011).

O desenvolvimento do futebol, não num esporte igual aos outros, mas numa verdadeira instituição brasileira, tornou possível a sublimação de vários daqueles elementos irracionais de nossa formação social e de cultura. A capoeira e o samba, por exemplo, estão presentes de tal forma no estilo brasileiro de jogar futebol que de um jogador um tanto álgido como Domingos, admirável em seu modo de jogar, mas quase sem floreios – os floreios

¹ “**Tupiniquim** bras. s2g. **1.** Indivíduo dos tupiniquins, grupo indígena habitante de terras situadas no município de Aracruz (ES). *Adj.* **2.** Pertencente ou relativo a eles. **3.** *Joc.* Próprio do Brasil; Brasileiro” (Dicionário Aurélio, 1993)

barrocos tão do gosto brasileiro [...] Com esses resíduos é que o futebol brasileiro afastou-se do bem ordenado britânico para tornar-se a dança cheia de surpresas irracionais e variações dionisíacas que é a dança dançada baianamente por um Leônidas; e por um Domingos, com uma impassibilidade que talvez acuse sugestões ou influências ameríndias sobre sua personalidade ou sua formação. Mas de qualquer modo, dança. (FREYRE, 2003, p. 25)

Esta identificação da população com o futebol faz com que muitos acreditem que o futebol nasceu mesmo no Brasil, como demonstra a peça publicitária² da cervejaria Brahma. DaMatta (2006, p.143) também explicita que “a relação entre o povo e o futebol tem sido tão profunda e produtiva, que muitos brasileiros se esquecem de que ele foi inventado na Inglaterra e pensam que ele é, como a mulata, o samba, a feijoada, o jogo do bicho, o cafuné, a sacanagem e a saudade um produto brasileiro”. No entanto a difusão do futebol ocorreu pela força que a Inglaterra impunha naquele momento, com jovens de diversas partes do mundo procurando o país para completar seus estudos e os jovens ingleses que se descolavam pelo mundo através das expedições da marinha inglesa. (GIULIANOTTI, 2010, p.18).

Para efeito histórico, o futebol é advindo da Inglaterra e teve como “mito fundador” para a população brasileira a personificação da chegada do futebol na figura de Charles Miller, filho de pais ingleses moradores de São Paulo, que completou seus estudos na Inglaterra e trouxe consigo uma bola e o livro de regras deste novo esporte em 1894 (GUTERMAN, 2010, p. 17; REIS; ESCHER, 2005). Todavia, antes do seu retorno, em 1874 e 1878 já havia relatos da prática do futebol em terras brasileiras, dentro de clubes da elite inglesa localizados no Rio de Janeiro e São Paulo, nos capinzais desertos do litoral brasileiro e em descampados em frente à casa da Princesa Isabel no Rio de Janeiro, partidas essas disputadas por marinheiros estrangeiros, em sua maioria ingleses (GUTERMAN, 2010, p.18). Esta segunda representação dos fatos se torna mais plausível quando pensada na rápida popularização do futebol

² Com o objetivo de angariar a copa do mundo 2014, perante a população brasileira a propaganda fala que o futebol está voltando para casa, pois ninguém sabe onde ele nasceu, mas se sabe muito bem aonde ele foi criado. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=BLFQn0YnBdc>. Acessado em 12 de março de 2014

em várias regiões do Brasil, ao considerar que para esta prática pouco era necessário, uma simples bola e um descampado já possibilitavam a interação de muitas pessoas ao entorno de uma ação tão simples (DAOLIO, 2006).

A criação de clubes específicos e da prática em diferentes locais contribuiu para que este esporte se popularizasse no país, obtendo o reconhecimento mundial após as primeiras exibições do selecionado brasileiro pelo mundo, em amistosos ou encontros de pequenos grupos com o intuito de trocar experiências. Com o início das Copas do Mundo em 1930, a população brasileira pode observar o quão grande era o desenvolvimento do futebol no Brasil. Contudo, somente com as conquistas das copas de 1958 (Suécia) e 1962 (Chile) a população e os meios de comunicação começaram a tratar o futebol como uma paixão nacional, pois até aquele momento “havia um sentimento difuso entre torcedores e jornalistas de que os jogadores de futebol brasileiros tremiam quando enfrentavam estrangeiros e de que o Brasil só ganharia a Copa no dia de São Nunca” (ANTUNES, 2004). Essas conquistas impulsionaram e firmaram o Brasil como potência no cenário mundial e como nação do futebol (BARTHOLO et al., 2010), que veio a incidir com o estilo brasileiro de jogar, conhecido mundialmente por seu jeito bonito, cheio de ginga e malandragem (GASTALDO, 2006). Além disso, a figura do “gênio” Mané Garrincha contribuiu para esta difusão, figura que demonstrou ao mundo uma nova maneira de jogar futebol, e que fez com que esta prática se consolidasse como uma das manifestações culturais mais bem quistas pela população nacional.

Daolio (2010, p. 110-112) coloca que o reconhecimento do futebol pela sociedade brasileira se dá principalmente por quatro pontos, *i) busca da igualdade existente no futebol* - mesmo que a questão econômica influencia no desenvolvimento do futebol, quando se está dentro de campo tudo pode acontecer, por ser onze contra onze, *ii) esporte jogado basicamente com os pés* - outras manifestações culturais brasileiras também são praticadas basicamente com o pé como a capoeira, o samba, e as danças rituais indígenas, sendo o brasileiro uma mistura de raças teria maior facilidade, *iii) importância do drible* - o drible nada mais é do que um ato de esperteza do jogador de burlar o adversário e alcançar o objetivo máximo, basta lembrar da figura emblemática do Garrincha que, com suas fintas inesquecíveis, muitas vezes passava por mais de um defensor, deixando-os caídos ao chão. Impossível pensar num drible de Garrincha e não associá-lo ao malandro brasileiro, com seu andar gingado, seu jeito maroto e sua atitude esperta para conseguir sobreviver (DAMATTA, 1998) , e *iv) permissão para livre expressão individual* -

além de ser um esporte coletivo, são possíveis e permitidas jogadas individuais, e através delas que uma equipe consegue desestruturar a equipe adversária.

Com o passar dos anos pode ser constatado o significado que esta prática cultural representa para a população brasileira, não importa onde ela seja feita, se na várzea, na rua, ou nos estádios. As significações de ideias, valores e crenças são interpretadas da mesma maneira em qualquer que seja a classe social, pois o futebol se insere nos diferentes níveis da sociedade (DAOLIO, 2010. GUEDES, 2011), de modo que o debate é apresentado diariamente em nossa rede de comunicação pessoal, virtual e de massa.

Portanto, consideramos o futebol como um agente centralizador da cultura e identidade brasileira, pois como é referido por Bitencourt (2009, p. 8), o futebol para o brasileiro é “a representação de nossas representações sobre nós mesmos”, o que significa que encontramos no futebol uma representação de nossos sentimentos inseridos nesta prática cultural.

A proximidade com que o futebol nos é apresentada faz dele uma peça importante no quebra-cabeça da sociedade brasileira, em que os atores constituintes desta peça são relevantes para compreender um pouco da sociedade brasileira, que procuram se desenvolver através da força de seus corpos nos exercícios da profissão dentro e fora do país, na qual trata os jogadores de futebol como possíveis e importantes salvadores da pátria por tentarem conquistar uma maior representatividade perante a sociedade global que os trata como “pés-de-obra” (DAMO, 2005). Esta interpretação pode ser melhor observada quando pensada através da movimentação de jovens promessas do “mundo da bola”³, que se intensificou após o caso Bosman, em 1995 (GIULIANOTTI, 2010, p. 159), reconhecido pela abertura do mercado europeu para uma maior movimentação dos jogadores entre clubes europeus. Com relação a este tema Juca Kfour⁴ comenta que os maiores afetados são os países periféricos, que exportam seus artistas para os países de primeiro mundo, ao invés de exportarem o espetáculo (futebol) que por eles é proporcionado. Fazendo do Brasil ainda hoje um país de *commodities*, que exporta sua matéria-prima para o velho/novo mundo, como no

³ Esta é uma expressão comumente utilizada pelos comentaristas de futebol nos diversos meios, principalmente quando tratam do assunto de transferências internacionais.

⁴ Disponível em: <http://blogdojuca.uol.com.br/2007/12/o-brasil-e-a-golbalizacao/> Acessado em: 27 de março de 2014

reconhecido comércio de carnes (corpos) de trabalho, que são negociados conforme a necessidade do mercado, mesmo que vistos de modos diferentes, por exemplo, as prostitutas e os jogadores de futebol na Espanha, no qual uns são tidos como emigrantes (prostitutas) e outros não (jogadores), pois a designação como emigrantes é posta com uma conotação negativa e desta forma os ídolos futebolísticos não se enquadram já que trazem felicidade para a população (RIAL, 2006).

A porta de entrada desses profissionais no mercado internacional se deve à desenvoltura que esses têm com a bola. Em exemplos mais recentes, Ronaldo, Ronaldinho Gaúcho, Kaká, Robinho, Lucas e Neymar despertaram o desejo mundial pelo modo de jogo que não trata a bola somente como um objeto inanimado, mas como um objeto que merece carinho e respeito. Pelo fato de jogar de maneira diferenciada, os brasileiros são tão cobiçados por clubes globais⁵ (RIAL, 2008), pois auxiliam em um melhor desempenho técnico, por não seguir sempre os desenvolvimentos táticos estabelecidos pelos técnicos, o que possibilita um fator surpresa durante os jogos. Divergem, portanto, da formação e pensamento dos atletas formados fora do país, como na Europa, por exemplo, em que os jogadores são ensinados a realizar operações mecânicas (tática), igual a trabalhadores de fábricas e respeitam o que foi treinado. Nesse sentido, Giulianotti (2010, p.143) afirma que “No futebol, assim como na indústria, o trabalhador adapta-se à divisão de trabalho, desempenhando o papel que lhe cabe e que é distribuído continuamente para facilitar o sistema de jogo”.

No entanto, novas formas de jogar são observadas com o passar dos anos, o que pode ter ligação com a globalização do futebol, na qual jogadores de todo o mundo se encontram em CT's de clubes europeus, e a globalização no mundo, pela qual a divulgação de novas jogadas, dribles e comportamentos ocorre de maneira ostensiva através das redes de comunicação de massa globalizadas.

O Brasil é considerado por muitos como o celeiro do futebol mundial. Esta afirmação pode ser comprovada através do grande número de jogadores brasileiros que jogam fora do país. Isto se deve muito ao que Rial (2008) coloca como “projeto familiar”, que são jogadores que chegaram ao estrelado advindos de famílias grandes de baixa renda, que trabalham em prol de um dos filhos; este terá seu tempo exclusivo para dar atenção aos treinamentos e estudos enquanto os demais ajudam na

⁵ Clubes Globais é uma analogia que Rial faz com as cidades globais de Sassen, na qual essas cidades globais futebolísticas são nódulos de fluxos que atravessam fronteiras de Estados-Nações.

renda da casa. O projeto familiar é traçado em conjunto para que os filhos caçulas se dediquem e nunca desistam dos seus “sonhos”, pois como garotos brasileiros o futebol deve estar em uma de suas vontades primeiras.

No entanto, nem tudo são flores; muitos desses projetos familiares não conseguem se consolidar, pois a procura por esta profissão é muito maior do que o número de vagas em aberto no país e no mundo. Buratti Jr. (2006 *apud*, ROCHA *et al.*, 2011) apresenta um projeto no estado do Rio de Janeiro, no qual aproximadamente 10 mil adolescentes buscam seu espaço nas categorias de base do projeto, a cada realização de peneiras, entretanto apenas 120 jovens ingressam nas categorias de base do projeto, em média. Esses números são observados também nos grandes clubes brasileiros, que realizam “peneiras” em todo o território nacional a procura de promessas do futebol. Nestes testes os jovens são avaliados por olheiros sem nenhum método ou critério qualitativo ou quantitativo, os olheiros agem pelo instinto, o que permite que em poucos minutos esses avaliadores julguem se o jogador tem ou não futuro no futebol (BITENCOURT, 2009; GUERRA; SOUZA, 2008).

A minoria que consegue a aprovação nestes processos ainda precisa correr atrás do “prejuízo” com o objetivo de ingressar no fluxo do futebol mundial, onde diariamente jogadores de base são negociados por equipes brasileiras para diferentes partes do mundo sem que seja dada segurança de um futuro no esporte a não ser aquele contrato momentâneo. Rial (2009) comenta que o grande contingente de jogadores transferidos para o exterior se desloca para clubes de pequeno porte, que pagam salários irrisórios. Este pode ser um dos motivos pelo qual vários dos projetos familiares acabem em decepção. Pois logo que embarcam para o exterior, os jovens jogadores deixam de se reconhecer no seu estado de conforto, resultando em baixa de rendimento, esquecimento nas equipes e até o reingresso ao país, consumando-se com o afastamento progressivo do futebol depois de mais algumas tentativas em clubes nacionais.

As dificuldades raramente são veiculadas pelos meios de comunicação de massa, exceto em reportagens especiais, pois estes tendem a alimentar em seus noticiários as benesses das transferências internacionais e as transações milionárias no universo do futebol, como por exemplo, o destaque dado à transferência do jogador Lucas do São Paulo Futebol Clube ao Paris Saint-Germain que custou 108 milhões de reais ou Neymar do Santos para o Barcelona por 74 milhões de reais⁶.

⁶ O valor pago por Neymar ao que parece foi maior do que os 74 milhões apresentados pela diretoria do Barcelona, tanto que investigações sobre esta

Rial (2006) comenta que maior que o impacto financeiro é a significação simbólica destas notícias, pois poucos se recordariam de boas transações financeiras agregadas a outras editorias, pois os acordos firmados através do futebol surtem impacto simbólico aqui e lá, haja vista que tudo o que acontecer com esses sujeitos será noticiado pelos jornais diariamente.

Outro exemplo da especulação midiática perante a formação de novos talentos é o que se pode observar na programação do grupo RBS no ano de 2012, a qual divulgou e realizou uma série de seletivas à procura de novos/futuros ídolos da nação. Exemplo disto é a peneirinha da Gillette, estrelada pelo jogador Paulo Henrique Ganso⁷, que é apoiada pelo Grupo e visa procurar novas promessas. A possibilidade de fazer os testes locais alimenta o sonho de vários garotos, nos quais suas habilidades futebolísticas terão ampla visibilidade perante grandes clubes através dos olheiros e empresários.

A participação de grandes empresas no mundo do futebol não vem de hoje, porém com o processo de globalização ficou mais evidente, visto que o futebol se tornou mercadoria para grandes empresas globais, que procuram através dos clubes e seus jogadores ampliar os consumidores de seus produtos;

Os atores sociais que compõe o universo do futebol, afirmando que os mesmos fazem parte de uma “nova” atmosfera que envolve e integra o jogo na forma de mercadoria para o consumo e que tais atores se mostram dispostos a pagar tanto pelo futebol de espetáculo, como pelos produtos gerados no e pelo contexto, em grande parte, estilizados. Neste ambiente o que se observa, é a transformação crescente do esporte num negócio no qual

contratação fizeram com que o então presidente do clube fosse afastado do seu posto.

⁷ Propaganda publicitária estrelada pelo jogador para a Peneirinha da Gillette <http://www.youtube.com/watch?v=TqGZR8c3nB0> Acesso em: 16/08/2013. Grandes multinacionais inseridas no Brasil vem realizando parcerias com as redes de informação e comunicação, com o intuito de realizar peneiras em diferentes partes do país a procura de futuros “craques” do futebol espalhados no território nacional. Prática esta que foi utilizada ao longo dos anos pelos grandes clubes nacionais, e que hoje vem sendo praticadas por empresas especializadas em caçar talentos, com o objetivo de agencia-los através das categorias de base dos clubes nacionais e internacionais, e consequentemente divulgar e implantar na sociedade uma sentimento de gratidão com essas empresas patrocinadoras, pois “estarão proporcionando” uma chance de mudança de vida aos jovens que não teriam acesso.

os jogadores assumem a condição de verdadeiros mercadores de emoções. Mas, não é só isso, muitos são cooptados como garotos propagandas, pois, parece unir como ninguém imagem e consumo dos produtos que o mercado publicitário associa ao esporte. (SANTOS; PINHEIRO; LEÃO, 2013, p. 2)

Por isso, há necessidade dos clubes estarem ligados a peças publicitárias relevantes a sociedade, neste caso jogadores representativos e reconhecidos mundialmente (GASTALDO, 2006; GIULIANOTTI, 2010). É neste intuito que se vê jogadores de futebol reconhecidos utilizando em seu usuário nas redes sociais o nome da empresa que o patrocina, como é o caso do Ronaldo Nazário “@ClaroRonaldo”. Exemplo que possibilita observar até que ponto as grandes empresas estão dispostas a se associar aos jogadores de futebol, com o intuito de conquistar ainda mais a população e principalmente os jovens para os seus produtos.

[...] anos setenta, a Coca-Cola e a Philips Morris estavam entre as primeiras corporações multinacionais que se destacaram por investir em estratégias globais de publicidade utilizando eventos esportivos transmitidos ao vivo para dezenas de países – patrocinando a Copa do Mundo e a Fórmula 1, respectivamente. A partir daí, a utilização do esporte como veículo de propaganda e merchandising por grandes empresas só tem feito aumentar. Por sua vez, alguns fabricantes de artigos e materiais esportivos, por meio de suas políticas de marketing, passaram a interferir mais diretamente nas formas de gestão do esporte. [...] Atualmente, o esporte é considerado uma das “atividades econômicas” que mais crescem nos mercados globalizados, o que tem estimulado a entrada de grandes corporações empresariais e tem requerido métodos modernos de administração [...] o campo de estudo do marketing esportivo inclui tanto as estratégias de gestão, comercialização e divulgação de academias, clubes e ligas esportivas, de um lado, como as atividades de merchandising, patrocínio e licenciamento que associam equipes ou atletas a certas empresas ou produtos, de outro. (PRONI, 1998, p. 118)

A divulgação dos esportistas, futebolistas no caso do Brasil, por meio do marketing esportivo reforça o sonho dos jovens brasileiros em

buscar o futebol como possibilidade de ascensão social, pois ao ver seus ídolos constantemente em peças publicitárias trajando roupas, tênis, carros, entre outras coisas, tão desejáveis pelo público que os admira, reafirma o potencial econômico do mundo do futebol, o que potencializa o desejo dos jovens de entrar para este rol de jogadores que se destaca por meio da sua imagem.

Publicidade proveniente do marketing ou da falação esportiva tem feito com que a iniciação no futebol aconteça cada dia mais cedo e suscetível ao desejo de jogar no exterior, “onde os jogadores ganham muito dinheiro”, fazendo com que os torcedores brasileiros percam a chance de admirar grandes talentos do futebol nacional. Um dos fatores para que isso aconteça é a falta de condições dos clubes nacionais em mantê-los. A transferência é a maneira pela qual muitos clubes arrecadam dinheiro para se sustentar; Damo (2005) denomina este modo de formação/produção como exógena, pois o clube forma para vender.

Ano após ano vemos uma elevação do número de transferências internacionais como mostramos nas tabelas abaixo

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	Total
ÁFRICA: África do Sul, Angola, Argélia, Costa do Marfim, Gabão, Líbia, Marrocos, Moçambique, Sudão e Tunísia	12	14	09	21	16	14	86
AMÉRICA CENTRAL: Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Haiti, Honduras, Jamaica, Nicarágua, Panamá, Porto Rico e Trinidad e Tobago	27	30	23	20	24	34	158
AMÉRICA DO NORTE: Canadá, Estados Unidos e México	30	41	35	25	23	34	188
AMÉRICA DO SUL: Argentina, Bolívia, Chile, Colômbia, Equador, Paraguai, Peru, Suriname, Uruguai e Venezuela	130	103	98	81	74	106	592
ÁSIA: Arábia Saudita, Bahrain, Brunei, China, Coreia, Emirados Árabes, Hong Kong, Índia, Indonésia, Ira (República Islâmica do Ira), Israel, Japão, Jordânia, Korea, Kuwait, Líbano, Malásia, Omã, Qatar, Singapura, Síria (República Árabe da Síria), Tailândia, Tajiquistão, Uzbequistão e Vietnã	193	219	201	195	268	220	1296
EUROPA: Albânia, Alemanha, Austrália, Belarus, Bélgica, Bósnia-Herzegovina, Bulgária, Croácia, Dinamarca, Escócia, Eslováquia, Eslovênia, Espanha, Estônia, Finlândia, França, Grécia, Holanda, Hungria, Ilhas Faroé, Inglaterra, Irlanda, Islândia, Itália, Letônia, Lituânia, Luxemburgo, Macedônia, Malta, Moldova, Montenegro, Noruega, País de Gales, Polónia, Portugal, República Tcheca, Romênia, Servia e Montenegro (Iugoslávia), Suécia, Suíça e Ucrânia	430	417	403	460	625	706	3041
OCEANIA: Austrália e Nova Zelândia	03	01	03	04	10	10	31
TRANSCONTINENTAIS: Armênia (Rep. da Armênia), Azerbaijão, Cazaquistão, Chipre, Egito, Geórgia, Rússia e Turquia	33	32	32	45	45	52	239

Fonte: CBF. Elaboração dos autores.

Tabela 1: Quadro de transferências para o exterior dos anos 2003 a 2008 (CAETANO; RODRIGUES, 2009)

DESTINOS PREFERENCIAIS DOS 960 JOGADORES BRASILEIROS TRANSFERIDOS PARA O EXTERIOR EM 2009 (até 01/11/2009) ⁹		
PAIS DE DESTINO	TOTAL DE TRANSFERÊNCIAS	PERCENTUAL
PORTUGAL	176	18,3%
ALEMANHA	57	5,95
JAPAO	41	4,2%
ESPAÑHA	34	3,5%
VIETNAM	34	3,5%
ITÁLIA	32	3,3%
PARAGUAI	31	3,2%
SUECIA	27	2,8%
ESTADOS UNIDOS	24	2,5%
CORÉIA DO SUL	19	1,9%
CHINA	15	1,5%
GRECIA	14	1,4%
QATAR	14	1,4%

Tabela 2 **Quadro com os principais destinos dos jogadores brasileiros que se transferiram para o exterior em 2009** (RIAL, 2009)

	2012 ⁸	2013 ⁹
1. FIFA	11.552	12.309
2. BRASIL	618	746

Tabela 3: **Tabela transferências homologadas pela FIFA (linha 1) e envolvendo saída de jogadores brasileiros (linha 2):**¹⁰

⁸ Disponível em Global Transfer Market 2012

<http://www.fifatms.com/Documents/Privat/Global%20Transfer%20Market%202012%20short%20EN.pdf> Acessado em: 22 de Janeiro 2015.

⁹ Dados disponibilizados pela CBF via email no ano de 2013, foram feitas 1402 transferências de jogadores profissionais, **sendo 746 jogadores indo para o exterior** e 656 retornando ou vindo pela primeira vez. Para atuar como jogador amador no exterior foram transferidos **384 jogadores** e retornaram 96. (CBF, 2014, via email)

¹⁰ A CBF parou de divulgar em 2010, o quantitativo e os locais das transferências desses jogadores que se deslocam para fora do país. Pois a FIFA criou uma ferramenta digital chamada *International Transfer Matching System (TMS)* para facilitar o trabalho dos clubes e agenciadores, ferramenta esta que se tornou

Ao analisar os dados acima podemos ver que a movimentação dos jogadores brasileiros, ao mesmo tempo que é consistente, por seu elevado número transferências anuais cerca de 10% do total de transferências realizadas pela FIFA, é também um mercado flutuante por seus altos e baixos. Por exemplo, em 2009 (tabela 2) foram realizadas 960 transferências para o exterior, enquanto, em 2012 o número sofreu uma queda e foi para 618 jogadores segundo o relatório anual da FIFA, já no ano de 2013 o número voltou a sofrer uma elevação com 746 transferências para o exterior, segundo a CBF.

Os dados de 2009 mostram o continente europeu como o local mais procurado ou que mais procura os futebolistas brasileiros para compor o plantel de suas equipes com aproximadamente 54% de todas as transferências dos futebolistas brasileiros pelo mundo. No entanto é importante ressaltar que até 2010 as transferências no futebol aconteciam sem um sistema que centralizasse essas movimentações o que possibilitava transações sem o conhecimento da FIFA ou CBF. A partir de 2011 a FIFA disponibilizou um sistema de integração de dados que possibilita os clubes e empresário saberem os jogadores que estão livres no mercado, fazendo com que a inserção neste sistema seja de interesse de todos e com isso tendo um maior controle das articulações do mundo dos futebolistas.

Soares *et al.* (2011) afirmam que este fluxo migratório oportunizado pelo futebol tem se tornando uma verdadeira indústria de exportação de serviços especializados;

A crescente demanda de transferências de jogadores brasileiros para o exterior é produto de vários fatores, a saber: o limite de empregabilidade do mercado do interno; os interesses competitivos e financeiros dos clubes estrangeiros com maior capital financeiro; a relação custo/benefício na importação desses serviços especializados; a formação de um corpo de empresários ávidos a realizar negócios nos diferentes países, credenciados ou não pela FIFA (SOARES *et al.*, 2011, p. 907-908)

Informações como essas servem para manter a esperança dos garotos que veem esta como uma das oportunidades de “subir na vida”,

obrigatória para as transferências internacionais, e é neste software que se pode encontrar os dados de transferências.

pois se espelham em jogadores transferidos com sucesso para o exterior e que conseguiram realizar seus maiores sonhos, como dar uma casa para sua família, comprar bons carros e andar com roupas de marca (RIAL, 2006).

Enquanto os números relativos às transferências encantam os jovens, as questões referentes à adaptação com uma nova cultura são deixadas de lado por parte dos empresários e jogadores, que só querem saber do momento e acreditam que os demais fatos serão contornados com o tempo.

Transferências internas ou externas acarretam em uma troca brusca de culturas e identidades, como foi bem representada em um comercial de televisão¹¹ do Guaraná Antártica em que Neymar (jogador) e Thiaguinho (cantor) estão na praia conversando:

Thiaguinho - Neymar, porque você não foi para a Europa cara?

Neymar – Humm!!! Europa?

(Imagens do Neymar encapotado de roupas, tentando gingar sobre a bola, logo após Neymar saindo de um mar gelado com muito frio, e para finalizar Neymar aparece pedindo um guaraná antártica (“um Guaraná Antártica, please!”) em um barzinho e o atendente não sabe o que é.) Depois volta para a praia brasileira onde Thiaguinho e Neymar estão pegando sol e ele responde:

Neymar – Agora não, né!!

Locutor – Praia, Sol e Guaraná Antártica, tem coisa melhor?

Esta propaganda representa um pouco do que é ser brasileiro, apresentado pelos meios de comunicação e que é aceito como identidade por grande parte da sociedade brasileira, que adora praia, sol, mar, comidas e bebidas típicas e quanto pesa sair do seu local de origem, mesmo dentro do território nacional.

A interação entre os participantes de uma sociedade local com culturas globais faz com que transformações aconteçam cotidianamente em sua linguagem (novas maneiras de se comunicar), sua formação social (pessoas interagindo ao redor do mundo transformam culturas consolidadas), e em sua maneira de agir (a inserção em novas culturas faz

¹¹

Disponível

em

<http://www.youtube.com/watch?v=wiv2L0cGhuQ&feature=relmfu>, Acesso em: 08/09/2012.

com que o modo de se portar perante os outros se modifique). Assim é que surgiu o interesse em pensar nos jogadores que pouco são preparados para viver o cotidiano brasileiro, por viverem seus dias trancafiados nos CT's onde são submetidos a “todo um complexo de saberes que estabelecem procedimentos, delimitam espaços, olham e invadem corpos, investem no controle dos gestos, registram, especulam, projetam, com o objetivo de melhor preparar os ciborgues (BITENCOURT, 2009 a).

Desta forma, tentaremos compreender a relação do futebol com a cultura e identidade do brasileiro, assim como de que forma se popularizou a ideia de Brasil como nação do futebol. E através disto perceber como o futebol vem se integrando ao processo de globalização, na qual as fronteiras nacionais são flexibilizadas, se transformando em fronteiras interclubes, num processo de transformação cultural e nacional. O futebol deixa de representar características locais e passa a representar um “mix” de culturas e identidades nacionais e internacionais, ao ponto de os jogadores se comunicarem em suas redes sociais em diferentes idiomas, pois deixaram de ser figuras locais, que se comunicam apenas com os mais próximos, para comunicar a grandes massas de diferentes partes do mundo. A preocupação dos jogadores ou de seus assessores de imprensa se justifica, pela dimensão que o clube em que jogam tem. Torcedores, admiradores e fãs estão espalhados por diferentes partes do globo, fazendo com que estes personagens se comuniquem com o maior número de pessoas possíveis.

Esta forma de se comunicar e interagir através das redes sociais, de certa forma é uma nova possibilidade que esses jogadores têm de se aproximar de seus fãs, familiares e amigos, pois criam uma possibilidade de comunicação rápida e ampliada, que os possibilita interagir por meio das redes, como um grande número de pessoas, que direta ou indiretamente podem contribuir para sua estada longe de seus familiares assim contribuindo para a manutenção do foco em seu trabalho.

As grandes empresas de comunicação de massa em 2011 durante a Copa América e o Mundial Sub-20 perceberam a força dessas ferramentas, ao ponto de utilizar postagens que os jogadores faziam em seus perfis para elaborar matérias para seus portais de notícias, ou pautaram a utilização dessas ferramentas por parte dos jogadores, que reservavam algum momento do seu dia para responder a recados deixados no seu perfil. Os dirigentes da CBF também perceberam a força deste contato direto entre torcida e jogador, que em um determinado momento lançaram uma campanha para que a população ajudasse a entusiasmar os jogadores que representavam o Brasil naquele momento (BRÜGGEMANN; PIRES, 2012).

No ano desta pesquisa aconteceu no Brasil a Copa do Mundo de futebol, evento este que independentemente de onde aconteça faz com que o Brasil pare. O que nos possibilitou pensar que a utilização das TIC's se tornaria ainda mais presente no cotidiano do brasileiro. Exemplo foi a inserção das grandes multinacionais nas redes sociais para divulgar suas marcas a Rexona¹², por exemplo lançou uma campanha publicitária no sistema televisivo pedindo para que a população postasse nas redes sociais mensagens de inspiração para os jogadores e utilizem a *hashtag*¹³ (#) "#pelofutebol", numa tentativa relacionar a sua marca com a aproximação da sociedade com o jogador.

É neste contexto de inserção das novas tecnologias na vida dos jogadores de futebol que moram no exterior que se formula o problema de pesquisa: *Que manifestações da cultura/identidade brasileira podem ser identificadas nas interações nas redes sociais de jovens futebolistas brasileiros¹⁴ que atuam na Europa?*

Será que a utilização das redes sociais é uma das possibilidades encontradas para esta manutenção do vínculo? Manter contato com a realidade deixada para trás é também querer ver, ou prevalecer a vontade de ser visto? E será que as postagens fazem com que estes jogadores se sintam mesmo acolhidos?

Em vista da problemática de pesquisa configurada na pergunta de partida acima definida, nosso objetivo de investigação é: *Compreender as interações nas redes sociais realizadas por jovens jogadores brasileiros de futebol¹⁵, que exercem sua profissão em clubes europeus, e se usam essas estratégias para manter seu vínculo com a cultura e identidade nacionais.*

Este objetivo geral é decomposto em questões de investigação que fornecem uma espécie de roteiro para os procedimentos de pesquisa:

¹² Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=6ic0mw3dp-o> acessado em 26 de março de 2014.

¹³ *Hashtag* é apresentada nas redes sociais por esta simbologia #, a utilização do *hashtag* serve para que um assunto possa ser seguido e divulgado para o maior número de pessoas que se interessem por determinado assunto, ela serve para que os interessados procurem nas redes sociais o assunto que lhes interessa.

¹⁴ Entendemos como jovens futebolistas, os atletas com até 24 anos que atuam em diversas divisões, independente de atuarem em grandes clubes ou não.

¹⁵ Os sujeitos jovens jogadores de futebol brasileiro serão melhor caracterizados no capítulo de metodologia.

- *Quais usos das redes sociais são feitos pelos sujeitos da pesquisa? É possível perceber com quais intenções eles postam informações em seus perfis?*
- *Quais tipos de interações podem ser observadas entre os sujeitos da pesquisa e seus familiares, amigos, fãs e seguidores nas redes sociais?*
- *Quais aspectos da sua vida cotidiana nos clubes/cidades/países em que se encontram são tratados em suas redes sociais?*
- *De que forma essas situações são descritas/representadas pelos sujeitos da pesquisa?*

JUSTIFICATIVA E RELEVÂNCIA DA PESQUISA

Esta pesquisa tem como eixo central de investigação jovens jogadores de futebol brasileiros que atuam em clubes europeus, por estes serem os desenvolvedores e replicadores desta manifestação cultural, que é o futebol, este que ultrapassou as discussões populares e se inseriu nas discussões e debates acadêmicos ao longo dos anos.

A sociedade contemporânea tem por hábito discutir o futebol em diferentes sentidos; a vitória, a derrota, as falhas, a organização tática das equipes; além disso a figura dos atores sociais que fazem desta prática sua profissão é comentada por todos, pois as ações tomadas por eles dentro de campo, como as fora do campo, em suas festas ou transferências, tornam-se pauta popular, haja visto que a figura dos jogadores é a que mais se aproxima da vida dos sujeitos que observam o futebol, tornando-se assunto para conversas corriqueiras do dia a dia e de pautas jornalísticas.

A discussão na rua fez com que o futebol também começasse a ser observado na academia. Em um breve levantamento realizado em cinco revistas¹⁶ da área de educação física pela ferramenta de busca destas revistas ou pela leitura dos títulos nas que não disponibilizavam esta ferramenta foi possível chegar a um quantitativo de 335 artigos que comentam sobre a história do futebol (CORNELSEN, 2013; RIBEIRO,

16

Conexões (<http://fefnet178.fef.unicamp.br/ojs/index.php/fef/announcement/view/2>), Movimento (<http://www.seer.ufrgs.br/Movimento>), Revista Brasileira de Ciência do Esporte (<http://www.rbceonline.org.br>), Motrivivência (<https://periodicos.ufsc.br/index.php/motrivivencia>), Esporte e Sociedade (<http://www.uff.br/esportesociedade/>)

2007; ROCHA JR; SANTO, 2011)¹⁷, a cultura do futebol (DAMO, 2003; RIGO; JAHNECKA; SILVA, 2010), a sociologia do futebol (ANJOS; SANETO; OLIVEIRA, 2012; ESCHER; REIS, 2008; HELAL; CABO; SILVA, 2010), o processo de formação e treinamento (CASARIN et al., 2011; GARGANTA; GRÉHAIGNE, 1999), e o futebol escolar (BUSSO; DAOLIO, 2011; MENSCH; SCHWENGBER, 2009; OURLQUES, 1995).

O levantamento aconteceu em todo o acervo das revistas, tendo o tema sua primeira aparição em 1995 (MOLINA NETO, 1995; OURLQUES, 1995). Estudos sobre a vida cotidiana dos jogadores de futebol é deixada de lado nos estudos da educação física, mas são encontrados, mesmo que em pequeno número, na Antropologia, principalmente em estudos da professora Carmen Rial (2006, 2008, 2009), que se dedicou a estudar os jogadores de futebol brasileiros espalhados pelo mundo, realizando entrevistas e acompanhando o dia-a-dia dos mesmos, para observar a questão de fronteiras, migrações, transferências, adaptação (novo idioma, comida e cultura) e de que forma esses se mobilizavam para manter as suas culturas.

Visto que a sociedade contemporânea vem sendo balizada pelo acesso as novas ferramentas de comunicação social, implantadas pelas TIC's, por exemplo, Twitter, Facebook, Instagram, que se observa a vida dos jogadores de futebol ainda mais expostas e comentadas, pois esses são seguidos por milhões que fazem questão de compartilhar e/ou comentar o que os mesmos escrevem nas redes. Como forma de exemplificar apresentamos o quantitativo de 1010 twitt's sobre o jogador Neymar no período de duas horas de um dia de jogo pela *champions league*, o que demonstra que estudar esses sujeitos nas redes sociais pode nos fazer compreender muitas das coisas que observamos no dia a dia de escolares, de jogadores em formação, do jornalismo esportivo e até do contexto econômico de uma sociedade que tem o futebol como esporte hegemônico.

Através deste pensamento que apresentamos nossas justificativas para a realização desta pesquisa, pois ao acompanhar a seleção brasileira de futebol ao longo do ano de 2011, através das notícias veiculadas pelos meios de comunicação de massa, pudemos observar que em diferentes momentos surgiam matérias que comentavam a utilização das redes sociais pelos jogadores de futebol da seleção como forma de comunicação

¹⁷ As referencias aqui citadas são apenas exemplos dos temas dos artigos encontrados.

direta com seus fãs e familiares, ao ponto deste se tornar um eixo de análise da pesquisa.

Como justificativa ainda, teve a participação do pesquisador em um projeto de escolinha de futsal em Santo Amaro da Imperatriz¹⁸, com crianças e jovens de três bairros da cidade, na qual as representações simbólicas difundidas pelos jogadores de futebol através de seus trejeitos estavam presentes nos participantes do projeto das mais diferentes idades, em seus cortes de cabelo, modo de falar, e tipo “malandro” de jogar.

Desta forma, observou-se a importância de estudar nossos personagens no campo acadêmico da educação física, pois o que se percebe é que as notícias e falas dos jogadores chegam ao imaginário de nossos jovens e assim adentram a escola, sem nenhuma mediação, pois os professores muitas das vezes não sabem onde surge as tendências que chegam na escola e por isso não as tematizam/problematizam.

Por último, mas não menos importante, colocamos a experiência de um dos pesquisadores em um intercâmbio de ensino médio, na qual teve a oportunidade de morar 10 meses em outro país (Áustria) e perceber a diferença de cultura, e a percepção que os mesmos tem sobre a figura do ser brasileiro, que joga futebol e dança samba. A inserção no velho mundo, o instigou a pensar como os futebolistas que vivem por anos fora do país, imersos em diferentes culturas que se transfiguram com o passar dos anos mantem a sua cultura materna.

¹⁸ Santo Amaro da Imperatriz está localizada a cerca de 40km de Florianópolis e tem cerca de 20 mil habitantes; grande parte destes necessitam se deslocar para as cidades vizinhas, Palhoça, São José e Florianópolis para trabalhar. Contudo o que se observa é que os adultos da cidade saem para trabalho, mas os jovens das outras cidades procuram com frequência a cidade para a inserção em um projeto de formação de jogadores que ali se localiza.

CAPÍTULO 1 - PESQUISANDO NAS REDES: NETNOGRAFIA E SEU CAMINHO METODOLÓGICO.

Esta pesquisa teve inspiração nos estudos etnográficos, por estes possibilitarem “estudar questões ou comportamentos sociais que ainda não são claramente compreendidos” (ANGROSINHO, 2009 p.36 apud FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2011, p. 179). Para Geertz (1989) a etnografia não é apenas um levantamento de dados, mas sim uma análise e interpretação das relações e significados sociais que ali se delineiam, de forma que somente através da interpretação das interpretações que se pode alcançar uma “descrição densa” dos fatos, pois a prática etnográfica se dá ao “estabelecer relações, selecionar informantes, transcrever textos, levantar genealogias, mapear campos, manter um diário e assim por diante” (p.15), com o intuito de interpretar o “fluxo do discurso social e realizar relações para tentar salvar o ‘dito’ num tal discurso da sua possibilidade de extinguir-se e fixá-lo em formas pesquisáveis” (p.31).

Recentemente, temos visto a etnografia abrindo novas fronteiras de pesquisa, possibilitando estudos para além de estudos de sociedades físicas desconhecidas, para estudos que tenham as redes digitais como campo, este que é tão presente no contemporâneo. Para Gebera (2008, p.3) “*la etnografía encarna la percepción más convincente para la indagación y la comprensión de las interacciones e inter-relaciones sociales generadas em Internet*”. Mesmo com o reconhecimento e consolidação desta metodologia o que se observa é a não existência de uma nomenclatura única para esse tipo de etnografia. Exemplo disso são apresentados por Fragoso *et al.* (2011, p.200) com os respectivos autores, na qual se tem Netnografia (Robert Kozinets, Gebera, Ardevol, Simone de Sá, Sandra Montardo, etc.), Etnografia Digital (Grupo de Kansas State University coordenado por Michel Wesch), Webnografia (*Webnographers Wiki*), Antropologia no ciberespaço (Theophilos Rifioltis e seu grupo de estudo GrupCiber na Universidade Federal de Santa Catarina) e Ciberantropologia (Donna Haraway, Arturo Escobar, e David Hakken), todas essas denominações são utilizadas para os estudos nas redes, no entanto, de modos diferentes.

Imbuídos deste referencial optamos pela utilização da nomenclatura netnografia, que segundo Kozinets (2002, *apud* GEBERA, 2008) é “*um método de investigación derivado de las técnicas etnográficas desarrolladas por la investigación antropológica, esto ha incrementado la posibilidad de filtrar las complejas oportunidades de información acerca de las comunidades em la Word Wide Web*”. Rocha e Montardo (2005) acrescentam que a “netnografia é uma ferramenta

metodológica capaz de proporcionar o acesso dos pesquisadores da área às caracterizações específicas da contemporaneidade”, haja vista que hoje o ciberespaço ganhou lugar no dia a dia da sociedade, dinamizando o imaginário contemporâneo e concretizando-se em práticas.

Noveli (2010, p. 109) diz que todo o aparato que compõe a construção do ciberespaço e novas tecnologias tem mudado a “maneira como as pessoas constroem a realidade, organizam seus grupos, e se relacionam”. Pois não se utilizam hoje apenas dos computadores, mas uma imensidão de ferramentas periféricas que possibilitam a “imersão em uma realidade *online*, que é vivida paralelamente ou em conjunto à realidade *off-line*”. Conforme Foster (1997, *apud*, GEBERA, 2008, p.3) ao estudar comunidades virtuais se tem a possibilidade de encontrar; “1) aquelas que se sobrepõe totalmente as comunidades físicas; 2) aquelas que se sobrepõe parcialmente as comunidades da ‘vida real’; e 3) aquelas que estão totalmente separadas das comunidades físicas”¹⁹. O que demonstra que estudos na internet não são realizados por suas facilidades²⁰, mas pelas implicações que esta apresenta à vida real dos sujeitos que estão nela inseridos.

Gebera (2008, p.2) coloca que;

la netnografia, como propuesta de investigacion em Internet, enriquece las vertientes del enfoque de innovación y mejoramiento social que promueven los métodos activos y participativos dentro del espectro de lo cualitativo (metodologia y práctica social), integrándose, a lo que internet há provocado en nuestra cotidianidad, transformaciones importantes en las formas que vivimos.

Hoje, vivemos imersos em um conglomerado de informações sobre o mundo que nos são passadas de diferentes maneiras, mas que tem as redes sociais como veículo informante direto dos acontecidos ao nosso

¹⁹ 1) aquellas que se superponen totalmente con comunidades físicas reales, 2) aquellas se superponen en algún grado com estas comunidades de la ‘vida real’ y 3) aquellas que están totalmente separadas de comunidades físicas.

²⁰ “O etnógrafo levanta, mas se encontra em sua casa, liga o computador, digita o endereço da comunidade virtual no *browser* e já está no campo. Lá, já transcritos e em farta quantidade, estão os discursos dos membros da comunidade. Uma comunidade da *internet* cujo interesse comum é consumo de algo. Opiniões, reclamações dicas, sugestões, palpites, conjunto de discursos permeando o mesmo tema. Sujeitos de pesquisa: homens, mulheres, anônimos.” (NOVELLI, 2010, p.108-109)

redor, ligação esta que deixou de ser de não-lugar²¹, para um lugar antropológico, pois nos perfis inseridos nessas redes pode se identificar que são “pretensamente identitários, relacionais e históricos” (AUGÉ, 1994, p. 43).

Para que esta transformação conceitual aconteça é necessário que haja interações sociais através dessas ferramentas, pois os novos meios nos permitem todos os tipos de comunicação em tempo real, como também a participação na produção e circulação da informação através destas ferramentas (RECUERO, 2004).

As interações no campo do ciberespaço ou das redes geram grandes possibilidades para as pesquisas netnográficas, pois nesses espaços o usuário tem a possibilidade de se expressar de forma livre e muito rápida sem a preocupação da observação do outro. O que exige um acompanhamento atento do pesquisador, pois este terá dados distintos sobre o mesmo assunto.

Por isso há a necessidade de seguir procedimentos de pesquisa como os apresentados Robert Kozinets e discutidos e exemplificados por Fragozo *et.al* (2011), Gebera (2008), Pinto *et al* (2007) e Noveli (2010), no intuito de não cometer equívocos. Os procedimentos são: 1) *entrée*, 2) coleta de dados, 3) análise e interpretação, 4) ética de pesquisa e 5) *member checks*.

Ao explicar cada etapa do procedimento, discutido pelos autores, iremos demarcar nossos encaminhamentos para a construção de nossa pesquisa;

1.*Entrée* como o momento de formulação da pergunta de pesquisa e a identificação da comunidade *online* de interesse para o estudo, este é o momento em que o netnógrafo deverá examinar atentamente a infraestrutura social e técnica do objeto de estudo como formas de se expressar, símbolos e normas.

No primeiro momento definimos a pergunta e os objetivos de pesquisa, apresentado anteriormente, com isso realizamos uma imersão exploratória nas redes sociais com o objetivo de mapear em quais redes sociais a presença dos futebolistas era mais marcante, desta forma deliberamos pelo Facebook e Instagram por esses serem o de maior acesso por parte dos sujeitos e também por estes serem representativos no cotidiano da sociedade brasileira. Com a escolha do campo tínhamos que decidir por quanto tempo acompanharíamos os sujeitos, assim por

²¹ Marc Augé coloca que a supermodernidade imposta pelo desenvolvimento da sociedade é criadora de Não-lugares, estes são caracterizados por não conter uma identidade com os que o utilizam, a não ser de forma contratual.

consideramos que para a realização de uma netnografia com o objetivo de observar a manutenção da cultura brasileira nos futebolistas tínhamos que acompanhá-los por um tempo relativamente considerável, pois desta forma poderíamos perceber alterações e relativas ao tempo de estada longe do Brasil. Optamos então, em observarmos ao longo de 4 meses (Maio, Junho, Julho e Agosto). Esta escolha propiciou acompanhar os jogadores em momentos chaves como o fim da temporada europeia, férias dos jogadores, pré-temporada e o reinício da temporada.

Após a escolha do campo e do período nos restava a busca pelos sujeitos de pesquisa, estes que deveriam ser jovens jogadores de futebol brasileiros, entendendo que por estarem ainda em processo de formação de identidade e consideravelmente pouco tempo fora do país, estes nos dariam uma melhor ideia de como se dá a busca e a manutenção da cultura brasileira. No entanto, chegamos a uma interrogação, pois quem seriam esses futebolistas, precisávamos definir e delimitar melhor. Assim delimitamos que os jovens futebolistas seriam os jogadores com idade entre 18 e 24 anos por alguns motivos; *i) fazem parte de um grupo que cresceu e se formou junto às novas tecnologias, ii) ainda estão em momento de consolidação de suas identidades no contexto cultural e profissional, iii) o jovem brasileiro só alcança sua maioridade aos 18 anos, além de a FIFA proibir a transferências para clubes internacionais antes desta idade, e iv) poucos jogadores se destacam antes dos 24 anos de idade*²².

Com esses recortes ainda tínhamos um grande quantitativo de sujeitos possíveis, o que nos obrigou a fazer mais algumas delimitações. Decidimos então acompanhar até dois jogadores de cada um dos países selecionados, sendo que optamos por três países de idiomas diferentes. O andar da pesquisa fez com que incluíssemos mais um país, formando finalmente um total de quatro (Alemanha, Áustria, Finlândia, Itália).

Em seguida nos faltava saber quais jogadores acompanhar, para isso acessamos o site www.transfermarkt.de, onde conseguimos ter acesso a todos os jogadores que haviam se transferido nas duas últimas temporadas para o futebol europeu, após esta busca no site realizamos uma consulta a todos que encontramos no Facebook e Instragram após esta etapa chegamos aos nossos sujeitos, pois optamos em realizar o acompanhamento somente com os sujeitos que aceitaram participar da pesquisa.

2. Coleta de Dados é o armazenamento de tudo que foi postado e comentado nas redes de investigação e as primeiras reflexões

²² Sabemos que há exceções como, por exemplo, Neymar Junior.

acerca da coleta. Para Gebera (2008) esta, como o *entr ee*, faz parte da fase autom atica da pesquisa, pois aqui al em da coleta será tamb em onde haverá o descarte das comunidades que o pesquisador julgar não relevante para a pesquisa.

Como forma de acompanhar e armazenar os dados produzidos ao longo da pesquisa foram criadas listas de interesse nas duas ferramentas, o que nos possibilitou observar as postagens dos sujeitos de forma linear, pois com a cria o destas listas foi possível excluir os posts dos não participantes da pesquisa pertencentes   rede do pesquisador. No entanto, ao longo da pesquisa foi observado tamb em a necessidade de acompanhar mais de perto a página do perfil dos futebolistas, por entendermos que as postagens dos seguidores para os sujeitos tamb em eram de muita importância para a pesquisa.

Os dados coletados foram armazenados em pastas separadas por sujeitos no computador, todos os posts do Facebook foram arquivados em arquivo de texto para manuten o do *link* da mensagem, o que facilitou no momento de análise por possibilitar o retorno a postagem. O Instagram não nos possibilitava realizar essa opera o de copia e colar, com isso tiramos *printScream* de todas as postagens e posteriormente geramos um arquivo PDF para que tivéssemos um melhor acesso a esses dados.

Neste momento realizamos os primeiros descartes, pois observamos que alguns dos sujeitos deixaram de utilizar as suas redes sociais ou retornaram para o futebol brasileiro antes do termino do período de acompanhamento. Sabíamos que isto poderia acontecer, pois no contemporâneo há uma grande alternância de veículos de comunica o na internet.

3. Interpreta o, se refere ao momento de organiza o dos dados que foram coletados, através de codifica o e contextualiza o dos atos comunicativos. Neste momento da pesquisa podem ser utilizados programas que facilitem essa organiza o, o que contribuir  para as interpreta es dos dados. Conforme Amaral *et al* (2008, p. 35) a netnografia necessita da aproxima o de outros aportes metodológicos para sua melhor compreensão como “Análise de Discurso (AD), Análise de conteúdo (AC), Análise de Redes Sociais, entre outros, dependente do desenho e das delimita es do problema”. Essas ferramentas de análise colaboraram na organiza o dos dados para que fosse possível conforme Geertz (1989) realizar uma “descri o densa” que em síntese, busca interpretar os símbolos, apreender seus significados e por fim descrev los de forma inteligível, pois para a Antropologia o objetivo não   apresentar o comportamento universal, mas sim “o alargamento do discurso humano”. O que importa   o que as pessoas, em diferentes

situações, falaram ou fizeram sob determinadas condições, com referência ao que estudamos.

Este procedimento iniciou no momento de coleta de dados, pois uma leitura prévia era realizada, e serviram de base para repensar as leituras que estavam sendo feitas. Com as novas leituras e os dados, interrogações foram sendo geradas e por vezes debatidas com os futebolistas que nos ajudavam a clarear nossas ideias.

Contudo, foi após a coleta e o início da leitura e interpretação de todos os dados que conseguimos definir com quais categorias trabalharíamos nesta pesquisa, com os dados a mão foi possível perceber o que teve maior representatividade ao longo dos quatro meses de acompanhamento e que nos ajudam a responder o problema de pesquisa.

A análise e interpretação aconteceram de forma conjunta, pois ao mesmo tempo que se analisava realizava-se as primeiras interpretações que posteriormente foram melhor descritas com ajuda dos referenciais teóricos.

Por último os autores colocam a *Ética de Pesquisa* e o *Member Check* como procedimentos necessários para a realização da netnografia, no entanto questiona-se a questão do domínio público e privado com relação ao que está inserido nas redes. Garcia *et al.* (2009, *apud* NOVELI, 2010, p.125) “aponta para o fato que a internet não é um “espaço” físico, e que a questão de domínio está ligada à acessibilidade da informação. Se a informação está acessível, então seria pública”. Porém pode-se optar pelo pedido de consentimento do sujeito, para a realização da pesquisa, correndo-se o risco da negativa ou a não produção de material por parte dos sujeitos que se sentirem intimidados com a presença de um pesquisador lhe acompanhando.

Nesta pesquisa, como falado anteriormente, realizamos uma consulta prévia via redes sociais para obtenção do aceite por parte dos futebolistas e também submetemos este trabalho ao comitê de ética da Universidade Federal de Santa Catarina, o qual foi aceito conforme o parecer nº 782.691.

O trabalho se constitui em três capítulos, seguidos de considerações finais. No primeiro capítulo teremos o referencial teórico que contribuiu para algumas das interpretações e encaminhamentos desta pesquisa. No segundo capítulo temos uma apresentação dos futebolistas e dos países onde estão exercendo sua profissão. O terceiro capítulo é composto da descrição e interpretação dos dados, este está desenvolvido

em quatro categorias; *Família, Religiosidade, Expressões linguísticas* e por último *habitus brasileiros*. Por fim, as considerações finais que trazem nossos apontamentos sobre o campo e os sujeitos do estudo, apontamentos esses que são iniciais, pois sabemos que este é um tema que requer mais estudos e observação por se tratar contemporaneamente de dois influenciadores da cultura brasileira.

CAPÍTULO 2 - ELOCUBRAÇÕES CONCEITUAIS: CONSTRUINDO UM QUADRO DE REFERÊNCIA.

A identidade nacional pensada através do futebol é comumente observada em estudos nas ciências humanas em geral, que procuram compreender a maneira pela qual a sociedade se desenvolve através da cultura futebolística brasileira. Autores como DaMatta (1998), Gastaldo (2006), Rial (2006, 2008, 2009), Damo (2005, 2008) e Guedes (2011), estudam o tema na antropologia, já na Educação Física Daolio (2006, 2010) e Bitencourt (2009 a, 2009), e na sociologia Helal (2003) e Helal *et al.* (2011) o que demonstram a multiplicidade inerente ao tema de estudo.

Do mesmo modo, o tema transferência de jogadores é tratado por diferentes áreas do conhecimento, sendo que a maioria trabalha este assunto sob a designação de globalização ou modernização do futebol, haja vista que essas ações se tornaram mais frequentes no linguajar futebolístico no final do século XX e início do século XXI, período em que o tema já começava a ser discutido através das transformações comunicacionais. Assim, temos trabalhos na economia (CAETANO; RODRIGUES, 2009), sociologia do esporte (RODRIGUES, 2004, 2010), e no direito (CARLEZZO, 2012).

Para além destes aspectos, para esse estudo trataremos de fundamentar os seguintes temas: i) Cultura e/ou Culturas?, ii) Futebol e Identidade Nacional Brasileira, iii) “Projeto Familiar”, iv) Estudo das Migrações, e v) Influência das TIC’s no mundo do futebol contemporâneo. O desenvolvimento de tais temas tem intuito de fazer relações que possibilitem compreender o campo e os sujeitos que serão estudados.

2.1 CULTURA E/OU CULTURAS?

Para este trabalho é necessário primeiro entender os conceitos de cultura apresentados na literatura. Como veremos, esta é uma das palavras mais complexas da nossa língua, por ser carregada de significados (EAGLETON, 2011), esta é uma das palavras mais complexas da nossa língua, por ser carregada de significados como veremos. Cultura é uma palavra latina que em seu primeiro uso significava, fundamentalmente, o cultivo ou o cuidado de alguma coisa, tal como grãos ou animais. A partir do início do século XVI teve seu sentido ampliado para agregar o

processo do desenvolvimento humano, do cultivo agrícola para o cultivo da mente (THOMPSON, 1998).

No início do século XIX, a palavra Cultura começou a ser usada como sinônimo ou contraste com a palavra civilização. Dependendo de onde era utilizada ela poderia ter uma conotação, na Inglaterra, por exemplo, Cultura estava ligado a alguém Culto e civilização a uma pessoa civilizada, enquanto na língua alemã as duas palavras eram contrastadas sendo Civilização associada a polidez e refinamento das maneiras, e Cultura se referia a produtos intelectuais, artísticos e espirituais (THOMPSON, 1998).

Hoje, o conceito de Cultura continua sendo alvo de discussões e estudos. Thompson (1999, p.166) apresenta quatro concepções diferentes de cultura: a *Clássica* na qual se refere “a um processo de desenvolvimento intelectual ou espiritual, um processo que diferia, sob aspectos, de “civilização””, a *Estrutural* onde os “fenômenos culturais podem ser entendidos como formas simbólicas em contexto estruturados; e a análise cultural pode ser pensada como estudo da constituição significativa e da contextualização social das formas simbólicas”, a *Descritiva* que a vê como “um variado conjunto de valores, crenças, costumes, convenções, hábitos e práticas históricas”, e a *Simbólica* onde os “fenômenos culturais, de acordo com essa concepção, são fenômenos simbólicos e o estudo da cultura está essencialmente interessado na interpretação dos símbolos e da ação simbólica”.

Wagner (2012, p.37) fala que quando estudada, a cultura pode ser observada de duas maneiras: no singular, cultura “se refere muito amplamente ao fenômeno do homem”, e quando se pensa sobre “uma cultura” ou “as culturas”, ou seja, em sua pluralidade, esta tem referência as “tradições geográficas e históricas específicas, casos especiais do fenômeno homem”.

O Primeiro a falar em “culturas” foi Herder (1784-91) (EAGLETON, 2011; WILLIAMS, 1992), com o objetivo de mostrar a existência de “diferentes nações e períodos, bem como de diferentes culturas sociais e econômicas dentro de uma mesma nação”. No Brasil, por exemplo, antes mesmo da chegada dos colonizadores já havia uma vasta diferença cultural entre as tribos indígenas que aqui localizavam-se, e a chegada dos colonizadores só fez ampliar ainda mais as culturas no território brasileiro, pois trocas e interações culturais aconteceram e acontecem sempre conforme o tempo e o espaço que pertencem novas maneiras de agir fossem criadas por aqui através de trocas culturais entre as diferentes grupos sociais que vivem no Brasil.

O que caracteriza as sociedades contemporâneas é a complexidade de sua ordem social e a convivência de múltiplas culturas em seu interior. “Uma vez que toda cultura pode ser entendida como uma manifestação específica ou um caso do fenômeno humano”, presume-se que cada cultura é equivalente a qualquer outra, fazendo com que haja uma relativização das culturas (WAGNER, 2012, p.40).

Contudo, quando uma pessoa se insere em uma nova cultura sem conhece-la, pode sofrer com o que os antropólogos chamam de “choque cultural”, que tem como característica o sentimento de inadequação naquela local, o que pode fazer com que esta fique “deprimida e ansiosa, podendo fechar-se em si mesma ou agarrar qualquer oportunidade para se comunicar com os outros” (WAGNER, 2012, p. 48). De modo a exemplificar o choque cultural, optamos por um trecho da Música Sampa de Caetano Veloso que mostra o choque de alguém que chega a cidade.

Quando eu te encarei frente a frente não vi o meu rosto
Chamei de mau gosto o que vi, de mau gosto, mau gosto
É que Narciso acha feio o que não é espelho
E à mente apavora o que ainda não é mesmo velho
Nada do que não era antes quando não somos Mutantes

E foste um difícil começo
Afasta o que não conheço
E quem vem de outro sonho feliz de cidade
Aprende depressa a chamar-te de realidade
Porque és o avesso do avesso do avesso do avesso

Do povo oprimido nas filas, nas vilas, favelas
Da força da grana que ergue e destrói coisas belas
Da feia fumaça que sobe, apagando as estrelas
Eu vejo surgir teus poetas de campos, espaços
Tuas oficinas de florestas, teus deuses da chuva

Pan-Américas de Áfricas utópicas, túmulo do samba
Mais possível novo quilombo de Zumbi
E os Novos Baianos passeiam na tua garoa
E novos baianos te podem curtir numa boa

Entre essas diferentes maneiras de conceituar Cultura acreditamos com Geertz (1989) que a Concepção Simbólica por buscar interpretar os fenômenos culturais nos possibilita uma interpretação mais coerente das manifestações do homem pois:

o homem é um animal amarrado a teias de significados que ele mesmo teceu, assumo a cultural como sendo essas teias e a sua análise; portanto, não como uma ciência experimental em busca de leis, mas como uma ciência interpretativa, à procura do significado(GEERTZ, 1989, p. 15).

Esta conceituação nos possibilita seguir adiante em uma tentativa de compreensão das identidades culturais nos sujeitos, pois estas são construídas através de símbolos repletos de significados, e isso que possibilita pensar o futebol como uma identidade da cultura brasileira, como veremos.

2.2 FUTEBOL E IDENTIDADE/CULTURA NACIONAL BRASILEIRA

O futebol no Brasil é uma prática esportiva hegemônica e, para muitos, uma identidade nacional, o que é reforçada dia após dia pelos diferentes meios de comunicação. Considerando esta realidade somos levados a praticar e a admirar este esporte desde criança. Como dito por Daolio (2006), ao nascer, o brasileiro recebe três “presentes” que para eles (pais) são muito significativos e para os seus filhos possíveis carmas que deverão levar para sua vida inteira; i) lhes dão o nome, possivelmente de algum jogador que fez ou está fazendo história no seu time de coração, ii) elegem um time, no qual deveram torcer veementemente para toda sua vida, e como forma de selar essa escolha é dada a criança uma camisa que lhe marcará como daquela equipe, e por último²³, iii) uma religião que deverá ser (ou não) seguida.

Daolio (2006) apresenta que a identificação do brasileiro com futebol pode estar relacionada a algumas características similares entre as exigências técnicas do esporte e características socioculturais do brasileiro: os dois buscariam a igualdade, o futebol através de suas regras e, o brasileiro, na luta diária por melhores condições de vida; a utilização dos pés, pois como no futebol o pé é extremamente requisitado em outras duas práticas reconhecidas pelos brasileiros o samba e a capoeira; por

²³ Em caso de troca o “torcedor que vira a casaca é considerado um traidor, “vira casaca”, não é digno de confiança. A camisa do time é o que chamam os torcedores de “manto sagrado”, intocável.” (ALVARENGA, 2007, p. 103)

último a importância do drible e a dialética entre coletivo e individualidade.

Dubar (2005) coloca que as características identitárias são atribuídas por instituições e agentes em interação direta com uma cultura, mas para que essas se perpetuem é necessário que os sujeitos incorporem tais identidades. Isso faz com que os indivíduos sejam reconhecidos por suas identidades nacionais, por exemplo, mesmo que tenham suas próprias trajetórias e construam identidades individuais. Eles terão características em comum que os constituirão coletivamente como singulares frente aos “outros”, uma vez que não há identidade sem alteridade. O processo de construção identitária é histórico, uma vez que; os indivíduos de cada geração devem reconstruir suas identidades sociais “reais” a partir: 1) das identidades sociais herdadas da geração anterior (“nossa primeira identidade social nos é sempre conferida”); 2) das identidades virtuais (escolares...) adquiridas durante a socialização inicial; 3) das identidades possíveis (profissionais...) acessíveis no decorrer da socialização “secundária” (DUBAR, 2005, p. 145).

Para Bitencourt (2009, p. 177) as identidades nacionais só se configuram “na relação com o outro, por estar amparada por um sistema de práticas e símbolos que operam em contextos específicos”. É por meio dessas relações que se consegue distinguir um brasileiro de um argentino, por exemplo.

Identidade nada mais é do que o “resultado a um só tempo estável e provisório, individual e coletivo, subjetivo e objetivo, biográfico e estrutural, dos diversos processos de socialização que, conjuntamente, constroem os indivíduos e definem as instituições”.(DUBAR, 2005, p. 136)

Schneider (2004) diz que as identidades de uma sociedade devem ser compreendidas pelas maneiras que esta se estrutura e se mobiliza. Através disto, é possível perceber a razão da admiração brasileira pelo futebol, uma vez que de quatro em quatro anos temos instigada nossa identidade através dos meios de comunicação e suas propagandas publicitárias, de caráter público e/ou privado, que procuram atizar o nacionalismo dos “torcedores” brasileiros a vibrar pelo “Brasil”. Exemplo disto é a canção de Miguel Gustavo, durante a ditadura militar, que serviu para inspirar o selecionado e toda sua nação a competir juntos na Copa do Mundo no México 1970.

Noventa milhões em ação, Pra frente Brasil, no meu coração Todos juntos, vamos pra frente Brasil, Salve a seleção!!!, De repente é aquela corrente pra frente, parece que todo o Brasil deu a mão!, Todos ligados na mesma emoção, tudo é um só coração!, Todos juntos vamos pra frente Brasil!, Salve a seleção!, Todos juntos vamos pra frente Brasil!, Salve a seleção!, Go!

Para Hall (2011), as identidades estão em constante processo de formação e transformação, o que, com a constância com que ouvimos falar de futebol parece se confirmar, uma vez que há sempre uma transformação de identidade que se dá pela criação de uma nova figura de um ídolo apresentado pelo esporte. É com este olhar que Brüggemann e Pires (2013) apresentam a necessidade dos meios de comunicação em pautar um jogador que está em destaque como forma de manter a admiração/consumo.

Para Helal (2003) as narrativas midiáticas sobre as trajetórias de vida dos ídolos (jogadores) são apresentadas e enfatizam sobremaneira a genialidade e o improviso, o que significa que ao lerem matérias desses jogadores os brasileiros poderão fazer ligações com ações do seu dia a dia. Nessas representações fazem com que nossas identidades sejam instigadas quando relacionadas à prática do futebol e a repercussão nos meios de comunicação, pois estes tentam fazer com que os admiradores do esporte tratem informações como se fossem notícias de algum de seus familiares ou amigos (LEMOS, 2002, p. 115).

A grande veiculação de matérias nos meios de comunicação sobre jogadores e, conseqüentemente, sobre futebol, faz com que o linguajar do brasileiro se depara com constantes mutações, pois há expressões transmitidas nas matérias que são inseridas em nossa comunicação diária. Hall (2011) coloca que em uma “cultura nacional há uma única língua vernácula como o meio dominante de comunicação em toda a nação”. Uma vez que o futebol tem uma linguagem singular e, porque não, popular, temos que a cultura futebolística brasileira é grande campo de estudo, pois nosso cotidiano está impregnado de termos advindos do futebol, como “pisar na bola”, “fazer o meio de campo”, “dar um chute”, entre outros. Estas expressões são, segundo (DAOLIO, 2006, p. 142) utilizadas por todos os tipos de brasileiros, fanáticos ou não por futebol.

Assim temos que o futebol não apenas como uma prática esportiva, mas sim uma prática cultura, na qual seus símbolos são reconhecidos e incorporados pela sociedade brasileira, ao ponto de Famílias se

organizarem com o objetivo de ingressar nesse mundo, repleto de oportunidades culturais e econômicas.

2.3 PROJETO FAMILIAR: A REALIDADE DE MUITOS FUTEBOLISTAS.

Os conceitos de **projeto** e **campo de possibilidades** desenvolvidos por Gilberto Velho em seu livro *Projeto e Metamorfose: antropologia nas sociedades complexas* contribuiu para que possamos entender as escolhas realizadas pelos jovens e seus familiares ao optarem por uma possível carreira no futebol.

Velho (1994) corrobora com Alfred Schutz quando diz que Projeto é “a conduta organizada para atingir finalidades específicas”. Então tem-se que os projetos são planejados e articulados através de objetivos definidos que devem ser alcançados através do tempo.

Importante para pensar a formulação e implementação de projetos, são os campos de possibilidade que são abertos ao longo do tempo. Estes, tratam “do que é dado com as alternativas construídas do processo sócio-histórico e com o potencial interpretativo do mundo simbólico da cultura” (VELHO, 1994, p. 28). Considera que todos os processos relacionais ao longo da vida poderão contribuir na consolidação/concretização dos projetos, pois serão oportunidades abertas e limitações dentro do interesse de cada sujeito.

Quando se pensa em projetos, é necessário que saibamos que cada pessoa pode possuir o seu, o que não impossibilita que ele participe de um projeto coletivo. Com isso é possível contextualizar os dois projetos; *i) projeto individual*; a opção do jovem em seguir os treinamentos almejando uma carreira profissional foi um projeto dele, pois caso ele não tivesse isso como um projeto de vida poderia ter deixado de lado o futebol buscando assim outras oportunidades; *ii) projeto coletivo*; Por vezes para se alcançar um projeto individual é necessário que se tenha o suporte de pessoas que lhe apoiem, por serem “resultado de complexos processos de negociação e construção que se desenvolvem com e constituem toda vida social inextricavelmente vinculados aos códigos culturais e aos processos históricos” (VELHO, 1994, p. 28).

No futebol é comum que as famílias se organizem em volta de um projeto comum (coletivo), que é a almejada carreira futebolística. As ações são tomadas de modo a contribuir para o desenvolvimento profissional do sujeito (BITENCOURT, 2009; DAMO, 2005). Porém, as pessoas participantes de um projeto coletivo, mesmo participando

avidamente, tem trajetórias de vida diferentes, e possivelmente um projeto individual diferente, podendo em algum momento desviar seu foco, pois “os projetos individuais sempre interagem com outros dentro de um campo de possibilidades não operam num vácuo, mas sim a partir de premissas e paradigmas culturais compartilhadas” (VELHO, 1994, p. 46).

Mesmo os projetos coletivos sendo construídos e debatidos em conjunto, não serão vividos de maneira homogênea por seus integrantes, pois existem “diferentes interpretações [do mundo vivido] devido a particularidades de status, trajetória e no caso de uma família, de gênero e geração” (VELHO, 1994, p. 41) também por estarem expostos a novos campos de possibilidades que se abrem durante as suas trajetórias de vida, os projetos são reorganizados, reelaborados em um processo dinâmico para que não se perca a oportunidade de realizar outros projetos subordinados ao principal (VELHO, 1994).

Com essa discussão tentamos demonstrar que há uma ação organizada coletivamente com vistas a um fim, que é o de ser jogador de futebol. A ideia de projeto, portanto ajuda a circunscrever os princípios da ação que levam um jovem e sua Família a “apostarem” numa carreira profissional, que por vezes só concretiza no exterior.

Para muitos jovens futebolistas brasileiros esse deslocamento tem sido a alternativa para realização do “projeto familiar”, pois a falta de espaço e organização do futebol brasileiro têm se tornado um empecilho para a permanência no Brasil e conseqüentemente um estímulo para alcançar novos horizontes, aonde mesmo com a pouca escolaridade conseguem “bons” salários.

2.4 ESTUDO DAS MIGRAÇÕES: IR E VIR DOS FUTEBOLISTAS PELO MUNDO DO FUTEBOL

A divisão mundial em norte e sul geográfico tem sido cada dia mais reforçado pela bipolaridade econômica que tem-se desenvolvido com o passar dos anos, na qual se tem um norte desenvolvido e com um grande número de vagas em trabalhos menos prestigiados (construção civil, serviços gerais, etc.) e um sul pouco desenvolvido com muita mão de obra “pouco” qualificada, mas com muita vontade de se desenvolver economicamente, nem que para isso seus trabalhadores necessitem se deslocar através dos países desenvolvidos atrás de melhores salários (PORTES; DEWIND, 2006, p.10).

Este fluxo demográfico de trabalhadores internacionais tem se desenvolvido e organizado a cada dia, com o objetivo de estabelecer

conexões diretas entre a origem e o destino, como forma de apoiar a continuidade das migrações, disponibilizando informações culturais, sociais e administrativas para ludibriar as movimentações oficiais, que teimam em tentar impedir essa circulação dos trabalhadores. Pois os governos sabem que grande parte dos imigrantes tem apenas ligações profissionais com o seu local atual, reportando todos seus esforços em enviar dinheiro a sua origem, com o sonho de futuramente retornar e ter uma vida melhor (CANALES; ZLOLNISKI, 2001).

Partindo de tais aspectos, faz-se necessário pensar as categorias de migração apresentadas pela literatura, estas que de forma básica podem ser explicadas pela relação que os migrantes tem com as comunidades de origem e destino. Para compreender estas categorias de migração, Canales (1999 *apud.* CANALES; ZLOLNISKI, 2001) apresenta duas formas de entendê-las: a primeira que de forma direta utiliza os estudos demográficos que transpassaria a realidade vista pelos governos, sendo os imigrantes pertencentes não apenas aos números, mas sujeitos com deveres profissionais, pessoais e afetivos como o seu novo país e, a segunda, na qual a família ou o migrante não modifica sua residência habitual, se tratando então de um círculo migratório, na qual o indivíduo tem grande relação com sua origem e o seu destino é tratado como transitório e temporário, neste caso há apenas laços contratuais aonde o novo território serve somente como alicerce para as suas conquistas financeiras e pessoais. A migração no futebol é bem exemplificada por Rial (2008) quando trata do rodar dos jogadores de futebol, que se deslocam entre os clubes de forma rápida e com tempo determinados ou indeterminados a depender das suas atuações; a circulação dos futebolistas brasileiros, na grande maioria das vezes, tem o papel de buscar novos espaços e ou melhores contratos, com vista para uma boa condição de vida quando do retornar ao Brasil.

la migración ya no se refiere necesariamente a um acto de mudanza de la residencia habitual, sino que se transforma em um estado y forma de vida, em uma forma espacial de uma nueva existência y reproducción sociales. (CANALES; ZLOLNISKI, 2001, p.228)

Para compreender a migração contemporânea é necessário considerar também como fator importante para a manutenção ou não dos sujeitos em seu destino os intercâmbios materiais e simbólicos que acontecem no contato direto com uma nova cultura “local” ou “transnacional”, ao se ponderar que os imigrantes tendem a se relacionar

criando redes sociais de ajuda entre si (CANALES; ZLOLNISKI, 2001, PORTES; DEWIND, 2006).

A ajuda dessas redes sociais facilita na movimentação dos indivíduos de um lugar para outro, minimizando os riscos do deslocamento – e o “choque cultural – , assim como as dificuldades de inserção no campo de trabalho (SASSEN, 1995).

Todavia, mesmo com a ajuda desses grupos, é necessário que os novos imigrantes invistam no seu desenvolvimento pessoal através do estudo do idioma e dos modos de agir do local de destino, deixando para os seus momentos de folga a preservação da cultura e idioma do seu local de origem dentro das redes sociais que são formadas (PORTES; DEWIND, 2006, p.20). Pois;

los inmigrantes de bajo nivel educativo que acuden para cubrir la demanda de mano de obra en los niveles más bajos del mercado laboral y que carecen de fuertes vínculos comunitarios, enfrentan dificultades mucho mayores para apoyar a sus jóvenes. Debido a su pobreza, muchos de estos migrantes se establecen en áreas centrales de las ciudades, donde sus hijos tienen que asistir a escuelas de nivel muy pobre viéndose expuesto cotidianamente a modelos contraculturales y estilos de vida perniciosos (PORTES; DEWIND, 2006)

Por outro lado, os jogadores de futebol são tratados de maneira diferenciada. Mesmo sendo em sua maioria emigrantes de baixo nível educativo, eles têm respaldo por sua especificidade profissional, e porque “poucos” os conseguem substituir, o que faz com que eles e seus familiares recebam tratamento “privilegiado” perante a emigração e os órgãos governamentais. De modo geral, jogadores de futebol são amparados, logo que chegam, por tradutores e representantes do clube de futebol que os contratou, que irão lhes acompanhar ao longo de suas estadas em todos os momentos considerados convenientes de modo a facilitar suas vidas de recém chegados, que praticamente não sabem nada ou pouco sabem sobre o desenvolvimento social e cultural dos países em que se inserem e lhes darão acesso livre ao país, diferente do que acontece com os emigrantes tradicionais. Isso faz com que os mesmos acabem por viver dentro de “bolhas”, controladas por seus agentes e contratantes. Como apresenta Rial (2009, p. 16)

a circulação dos jogadores brasileiros ocorre em uma zona constituída de espaços homogeneizados, vigiados,

protegidos, de acesso restrito – aeroportos, estádios, hotéis, centros de treinamento, clínicas médicas, clínicas de fisioterapia, saunas – que poderiam ser designados como não-lugares (Augé,1992), e de lugares (a casa), estes marcados pelo consumo e pelo estilo de vida brasileiros.

As “bolhas” em que vivem os futebolistas brasileiros têm sido, de certa forma, estouradas com o passar dos anos, e principalmente pelo avanço das novas tecnologias de comunicação, pois estas têm lhes permitido comunicar não só com seus Familiares e parceiros de clube, mas também com seus seguidores que agora os acompanham diariamente pelas redes sociais, aonde buscam interagir com seus ídolos.

2.5 INFLUÊNCIA DAS TIC’S NO MUNDO DO FUTEBOL CONTEMPORÂNEO.

Chegamos a um período no qual todos estamos ligados direta ou indiretamente as novas tecnologias da informação e comunicação, por onde podemos nos comunicar e acompanhar o que aconteceu nos quatro cantos do mundo numa velocidade quase que instantânea.

As TIC’s têm contribuído de duas maneiras na cultura da sociedade contemporâneo, pois do mesmo modo que ajudam na manutenção da cultura de determinada sociedade como acervo histórico e aproximando os que estão distantes da realidade deixada para trás, essas ferramentas digitais colaboram numa transformação de nossas representações culturais ao momento que disponibilizam e instigam as pessoas a viver e consumir novas culturas, como diz Bauman (2001) que as pessoas tem buscado viver a vida que veem na TV .

Para entender essas transformações, segundo Martín-Barbero (2003), precisamos saber que a opacidade que as TIC’s nos impõem pode “remeter à densidade e compreensão informativa que introduzem a *virtualidade* e a *velocidade* em um espaço-mundo feito de redes e fluxos e não de elementos materias”. O que expressa a realidade dinâmica e cultural vivida na rede, por vezes não é continuada no ambiente real. Exemplo disso pode ser observado nas redes sociais, local pela qual podemos nos expressar criticamente sem, por vezes, nos sentirmos expostos e denegrindo a imagem socialmente construída.

Nesta perspectiva que podemos colocar que as TIC’s estão mudando a própria cultura e as formas de encarar o mundo. Pois as relações individuais assumem patamares ampliados, o que antes era feito

somente em contato presencial hoje pode ser feito virtualmente e para inúmeras pessoas ao mesmo tempo, fazendo com que as inter-relações criem novos horizontes comunicacionais e de seguidores (GOBBI; BERNARDINI, 2013, p. 54).

Isso nos possibilita tentar compreender as interações dos jogadores de futebol nas redes sociais, pois nestes locais podem criticar, falar do dia-a-dia e demarcar sua posição social, mesmo que controlada, sem que haja uma possível repulsa de torcedores adversários, dos jogadores adversários ou dos dirigentes de sua equipe, pois quem os acompanha normalmente admira-os e os veem como heróis que se aventuram e vivem o mundo cotidiano enfrentando obstáculos, neste caso a possibilidade de crítica e de mostrar sua verdadeira personalidade (HELAL, 2001).

No entanto, até que ponto essa liberdade de expressão dos jogadores colabora na construção de identidade do jogador? Lemos (2002) pondera que a mídia tenta aproximar os ídolos dos espectadores, numa tentativa de fazer como que os consumidores do futebol busquem maior informação nos meios, o que faz com que observemos a criação de inúmeras ferramentas de comunicação entre clubes e torcedores ou entre empresas de comunicação e seus seguidores portais de notícias e seus aficionados.

En este sentido, y teniendo en cuenta las potencialidades de la red, tanto estos como Maragas [et. al.] (2003) identifican que com Internet se há creado uma vía muy directa de relación entre aficionado y club” (PORTET, 2007, p. 3).

Esta aproximação com o público via redes sociais pode ser um ponto chave para o reconhecimento dos jogadores junto aos seus seguidores e a construção de laços consistentes com os clubes, pois quanto maior notoriedade nas redes, maior a possibilidade de consolidação de negócios entre jogador e clube, clube e patrocinadores, jogador e patrocinadores, por exemplo. Por serem figuras públicas e estarem abertos para quem os seguem.

No entanto, a utilização das TIC's pelos jogadores pode ser observada também como uma ferramenta para buscar informações de seus familiares, cidade e cultura mantendo assim sempre aceso o sentimento de pertencimento, como coloca Rial (2006, p. 25)

A internet, e mais ainda a TV, o vídeo e as fitas cassetes com música os levam diariamente ao Brasil – seria mais

apropriado dizer, os mantém lá, dando sentido a sua experiência na vida, se construindo como comunidade.

CAPITULO 3 - FUTEBOLISTAS NAS REDES: CARACTERIZAÇÃO DOS SUJEITOS

Conforme apresentado anteriormente, os sujeitos desta pesquisa são jovens jogadores de futebol brasileiro que exercem a sua profissão no continente Europeu e que mantêm conta ativa em, ao menos, uma das redes sociais escolhidas para esta pesquisa (Facebook e Instagram). Com apenas este recorte ainda teríamos um grande número de possíveis sujeitos, pois sabemos que cada dia mais se eleva a quantidade de futebolistas brasileiros na Europa, e assim não daríamos conta de realizar o acompanhamento e a análise devida dos dados.

Desta forma, foi preciso realizar mais alguns recortes como; *i) escolher três ou quatro países; sendo que os países selecionados deveriam ter, preferencialmente, idiomas diferentes; ii) acompanhar até dois jogadores de cada país selecionado; iii) ter o aceite do jogador para o acompanhamento, em conversa via rede social.*

Após estas escolhas, iniciamos em maio (de 2014) o acompanhamento de 13 jovens futebolistas localizados em 6 países europeus, que aceitaram, após a consulta prévia, participar da pesquisa. No entanto, o abandono do perfil nas redes sociais ou o regresso antecipado para o Brasil fez com que excluíssemos alguns do *corpus* da pesquisa.

Por isso tivemos uma redução no quantitativo de jogadores e países envolvidos nesta pesquisa. Permanecemos assim com 4 países e 9 jovens futebolistas separados deste modo; Alemanha (1 jogador); Áustria (3 jogadores); Finlândia (2 jogadores); Itália (3 jogadores).

Como forma de apresentar os países em que os participantes desta pesquisa encontravam-se, realizamos uma busca na internet, em sites oficiais e enciclopédias virtuais, com o objetivo de explanar brevemente sobre cada um deles, indicando a relação com o futebol, idioma, população, tamanho, religião e a cultura mais representativa.

- Alemanha (Deutschland) - Está localizada na Europa Central, faz divisa com 9 países ao longo do seu território de 357.021 Km², tem como idioma oficial o alemão, com uma população aproximada de 81,8 milhões de habitantes, porém cabe informar que 10% deste total são de migrantes, o que faz com que o país tenha o terceiro maior contingente de migrantes do mundo. Sua história e marcada por grandes representantes da cultura erudita e filosófica. Quanto a religião o país se divide principalmente entre a luterana e a católica, mas é importante colocar que 34% da população alemã em 2008 se dizia sem religião. O

futebol é o esporte mais popular no país, a federação *Deutscher Bundes Fussball* tem 6,3 milhões de membros dentre jogadores, clubes e associados aos clubes, fazendo com que esta seja a maior entidade deste tipo no mundo. A copa do mundo de 2006 disputada em terras alemãs gerou uma mudança radical na maneira de pensar o futebol no país, em relação a tudo, prática e desenvolvimento dos clubes, o que faz a Alemanha um destino profícuo para os futebolistas.

- Áustria (Österreich) - Está localizada na Europa Central, com um território de aproximadamente 83 mil km², é composto em grande parte por montanhas propício para a incidência de neve em quase todo o território austríaco, o que coloca os esportes de inverno e o turismo de inverno como uma de suas principais fontes de renda e cultura. O Alemão é a língua oficial para a sua população de 8.474 milhões de habitantes, que segue em sua maioria o cristianismo. Como a Alemanha, tem grande representatividade na cultura erudita e filosófica. O futebol tem um grande reconhecimento popular, porém não é muito desenvolvido, teve seu auge entre 1930 e 1936 com o chamado “*Wunderteam*”, que foi diluído após a invasão da Alemanha na Segunda Guerra mundial e a morte do seu técnico Hugo Meisl. Entretanto há um campeonato nacional de primeira divisão com destaque para Rapid Winer, Austria Vienna, RedBull Salzburg atual campeão austríaco.

- Finlândia (Suomi) - Está localizada no Norte europeu, na região escandinava, possui um território de 34.378 Km² sendo o oitavo maior país da Europa, onde vivem cerca de 5,3 milhões de habitantes, fazendo como que o país seja o menos densamente povoado. Seus habitantes têm como idioma oficial o finlandês, seguem em grande maioria a Igreja Evangélica Luterana. Sobre a representação cultural a Finlândia segue a cultura escandinava como grande parte integrantes do norte europeu. O futebol na Finlândia não é um esporte muito popular, a sua primeira competição oficial aconteceu em 1906, 16 anos após a chegada do esporte no país. Conforme pesquisa apenas 400 mil pessoas tem o futebol como hobby, o Hockey no gelo e os esportes de motor tem maior admiração daquela população.

- Itália (Italia) - Está localizada ao Sul da Europa, possui um território de 301.230 Km² que é habitado por uma população aproximada de 60,6 milhões de pessoas que falam italiano como língua oficial, e muito provavelmente por circundarem a sede oficial da igreja católica no Mundo 87,8% da população é da religião católica. A Itália influenciou fortemente a cultura e o desenvolvimento social, tanto na Europa como no resto do mundo. Foi o berço da civilização romana, da Igreja Católica, do

Humanismo, do Renascimento e do fascismo. Foi o lugar de nascimento de muitos artistas, cientistas, músicos, literatos, exploradores. Quanto ao futebol é o sonho de muitos jogadores poder jogar nos times do país. Sua seleção é tetra campeã mundial de futebol, a conhecida “*Azzuorra*”. Possui um futebol de alto nível técnico e tático com várias equipes no primeiro escalão do futebol mundial, como Milan, Internazionale de Milão, Juventus, Roma, entre outras. O modo de jogar italiano é conhecido por jogar na defensiva.

Após esta breve apresentação dos países europeus iremos enfim apresentar os participantes desta pesquisa, estes que serão apresentando ao longo do texto através de siglas por questão de respeito a eles e seus seguidores. Pois em alguns momentos do texto apresentamos postagens dos seguidores dos futebolistas, sujeitos esses que não foram consultados sobre a liberação ou não do material, mesmo que entendamos que os dados disponíveis na rede sejam dados públicos e de livre acesso.

A nomenclatura utilizada para identificação dos futebolistas é bem simples sendo o J de jogador como primeira letra para todos, a segunda é composta pelas duas primeiras letras de cada país, e por último numeramos os sujeitos seguindo a ordem alfabética.

Podemos agora realizar descrição e caracterização de cada um dos 9 participantes da pesquisa;

●JAl1 – Natural de Cascavel/PR, nasceu em 9 de fevereiro de 1995, atua como meio de campo. Começou sua carreira profissional no Figueirense em 2012, foi neste time também que teve sua formação de base. Na temporada de 2013/2014 foi transferido para o TSG Hoffenheim da Alemanha, time que foi fundado em 1945, com a junção de dois clubes que existiam na cidade, porém só no ano de 1990 com o investimento de uma magnata, da cidade, o clube começou a disputar campeonatos com o objetivo de profissionalização. Após este impulso inicial bastaram 18 anos para o clube sair do anonimato e chegar a Bundesliga (principal liga alemã). Logo na estreia obteve uma sétima colocação, marca que não foi alcançada novamente, ficando a equipe por três temporadas seguida na décima primeira colocação, e na última temporada teve novamente uma melhora com a nona posição. O jogador atuou nesta equipe até 30 de agosto de 2014 (atualmente está emprestado para Lechia da Polônia). A esposa do jogador está o acompanhando na Europa, o que contribui para a sua manutenção e foco nos seus objetivos de permanecer jogando lá, mesmo que seu desejo seja estar no Brasil como foi visto nas suas postagens e na descrição de seu perfil, onde mantém São José como

cidade onde mora, demonstrando que a Europa é só um local de passagem.

O jogador participou ativamente nas redes sociais como 108 postagens no Facebook, porém poucas vezes com temas que pudessem ser trabalhados mais a fundo, a maioria de suas postagens se compunha de cumprimentos diários como Bom Dia, Boa Noite, etc.

•JAu1 – Natural de Barbosa/SP, nasceu em 10 de julho de 1989, atua como atacante. Começou sua carreira profissional em 2008 no Fluminense onde ficou até a temporada 2010 quando foi transferido para o Red Bull Salzburg da Áustria por 3,5 milhões de Euros. O clube trocou de nome ao longo dos anos, mas em 2005 a multinacional Red bull comprou a equipe e além de trocar o nome da equipe de SV Wüstenrot Salzburg para Red Bull Salzburg, injetou muito dinheiro logo surtindo efeito com a conquista do título nacional na temporada 2006/07, ato que tem se tornado constante, pois conquistou na temporada de 2013/14 o seu tetra campeonato. Tendo o Jogador como um dos destaques da equipe, e o artilheiro do campeonato na última temporada, ao ponto de ter sido consultado para uma possível naturalização com o objetivo de assim poder defender a seleção local.

Nas redes sociais o jogador não se fez muito presente, com 6 postagens no Facebook, a maioria dessas postagens foram compartilhamento de *link* e vídeos que mostravam os seus melhores momentos ao longo do campeonato, esta que pode ser uma maneira de se mostrar para outras equipes. No Instagram foram 8 postagens que contemplaram as nossas categorias de análise; Família, Religiosidade e habitus brasileiros. Ele foi um dos poucos que postaram alguma coisa referente a torcida pela seleção brasileira durante a Copa do Mundo.

•JAu2 – Natural de Ibiúna/SP, nasceu em 16 de fevereiro de 1992, atua como zagueiro. Começou sua carreira profissional em 2009 Anif/Salzburg (segundo time do Red Bull Salzburg), após ter participado das categorias de base do Red Bull Brasil, nos primeiros anos circulou entre o Anif e a principal do Red Bull Salzburg até 2013, quando enfim se tornou jogador da equipe principal do Red Bull Salzburg da Áustria.

Nas redes sociais teve maior representatividade no Instagram onde postou 12 mensagens, que abrangeram diferentes temas, como coisas do seu dia a dia de treinos suas conquistas e seus passeios junto de sua namorada, porém é interessante observar que este jogador no Instagram optava por postagens nos dois idiomas como forma de acolher seus seguidores brasileiros e austríacos, enquanto no Facebook as 9 postagens

foram escritas somente no idioma local (alemão), esta rede servia como linha de contato dos seus seguidores austríacos.

•JAu3 – Natural de Guaramirim/SC, nasceu em 23 de junho de 1993, atua como atacante no Union Vöcklamarkt da Áustria, time fundado em 1946 através da união de dois grupos independentes que se juntaram após a guerra para fundar o clube, três anos após a fundação o clube começou a disputar campeonatos regularmente e após longo 42 anos a equipe conseguiu chegar a primeira divisão do campeonato austríaco onde permaneceu até 2010, quando caiu para a segunda divisão local que permanece. Na última temporada o clube realizou uma campanha irregular terminando na décima terceira colocação, o jogador contribui com alguns dos 38 gols marcados ao longo desta última temporada. Este que começou no futebol na equipe de Jaraguá do Sul, aonde treinou três meses e foi selecionado para disputar os Jogos Abertos de Santa Catarina ainda com 15 anos. Nesta oportunidade um empresário lhe viu jogando e o convidou para fazer um teste no Criciúma. Então com 15 anos chegou as categorias de bases do Criciúma, após 2 anos ingressou na equipe principal em 2011 aonde manteve seu vínculo até 2013, ao longo desses três anos de profissional junto ao Criciúma foi emprestado para outros clubes do estado para disputar competições menores. No início de 2014 rescindiu com o Criciúma e assinou com o Metropolitano, mas logo seguiu para a Áustria, para um time da segunda divisão daquele país. Esta transferência foi destacada por um jornal de sua cidade, “Guaramirense é destaque na Austria – Jaraguá AM”, demonstrando que as transferências no futebol têm relevância perante a população local, principalmente em uma cidade pequena aonde estes tipos de transações não são comuns.

Ao longo do seu processo de formação o jogador manteve os estudos com o incentivo dos familiares, que só o deixaram ir para Criciúma se continuasse estudando por lá. Mesmo que este fosse um processo cansativo, na qual ele precisava treinar em dois períodos e ir para a escola no período da noite.

Nas redes sociais o jogador teve maior participação no Instagram, na qual realizou 13 postagens abrangendo diferentes temas como; saúde e agradecimento a família; saudade do Brasil; agradecimento a Deus; triunfos no futebol. O Facebook foi o local aonde percebemos a interlocução dos seguidores para como o jogador, na qual os familiares e conhecidos postavam coisas na rede à espera de uma resposta, esta rede também serviu como uma rede de convergência, pois algumas das postagens feitas no Instagram foram replicadas na sua *timeline* do

Facebook tendo assim um total de 28 postagens nesta rede entre *posts* próprios e de seus seguidores.

•JFi1 – Natural de Passo Fundo/RS, nasceu em 16 de agosto de 1993, atuava²⁴ como volante no OPS da Finlândia, time fundado em 2006 quando já disputou a segunda divisão do campeonato finlandês, divisão que ficou até 2009 quando conseguiu o seu acesso para a primeira divisão; em 2014, quando contou com os brasileiros participantes da pesquisa, ficou na nona posição no campeonato, sendo novamente rebaixado. JFi1 começou no futebol de salão e aos 11 anos começou a jogar futebol de campo, tendo sua iniciação em escolinhas da cidadã, mas sempre tentando através de peneiras ingressar em alguma equipe grande do Rio Grande do Sul sem sucesso se deslocou para São Paulo, onde modificou seu estilo de vida, pois necessitou sair da casa de seus pais para viver em alojamentos com outros pretendentes a futebolistas. Aos 15 anos foi para a Europa por intermédio de empresários do futebol, mesmo em outro país continuou seus estudos, um ano após ter ido para a Europa retornou e conseguiu concluir os estudos aqui no Brasil, a família sempre deu muita importância para esta manutenção dos estudos, por terem consciência que a carreira futebolística é curta, com isso exigiram que o jogador se mantivesse estudando. As movimentações do jogador são destacadas em sua cidade natal, principalmente pela figura do seu pai médico conhecido da cidade.

Nas redes sociais a sua participação foi mais marcante no Instagram com 28 postagens que tematizaram a família, futebol, saudade, gírias, cultura brasileira, Deus, entre outras coisas. O Facebook teve papel de interação dos seguidores com o jogador, sendo que os principais interlocutores foram a namorada e os companheiros de time, que o marcavam sempre que aparecia nas fotos ou estava no momento do ocorrido, esta rede também serviu como rede de convergência.

•JFi2 – Natural São Paulo/SP, nasceu em 6 de abril de 1993, Decidiu que seria jogador de futebol aos 11 anos de idade, após a Copa de 2002. Seu primeiro clube foi a Portuguesa onde foi selecionado através de uma peneira, depois foi para o Juventus de São Paulo. Com 15 anos foi para o Manchester United, onde ficou inicialmente por curtos períodos de tempo para adaptação, até os 18 anos, quando permaneceu por um ano no Manchester. Durante esses 3 anos de adaptação no time inglês passou

²⁴ O JFi1 e JFi2 atuaram pelo OPS da Finlândia, durante o período da pesquisa, pois estavam emprestado pelo Ituano ao término do campeonato retornaram para São Paulo.

por outras equipes aqui no Brasil como o Desportivo Brasil. Após seu ano no Manchester foi para o Middlesbrough também na Inglaterra. Então, no início de 2014 retornou para o Brasil para se tornar jogador do Ituano, onde foi campeão paulista, porém logo após o campeonato foi emprestado para o OPS da Finlândia, time que atuou durante a pesquisa, e tinha como seu companheiro de clube o JFi1.

Nas redes sociais, o jogador foi o que se fez menos presente, mesmo que ao longo período de acompanhamento tenha surgido 91 postagens no seu Facebook, poucas foram suas, a maioria das postagens foram de seus familiares que lhe enviavam mensagens religiosas e mandando informações do que estava acontecendo no Brasil. No Instagram o jogador postou apenas 3 vezes sendo que uma foi logo de sua chegada na Finlândia e outro próximo do seu retorno para o Brasil que aconteceu exatamente ao final do período de acompanhamento, a outra postagem o jogador coloca seu sentimento de conquista, “quem me vê cantando pensa que em todo tempo foi só alegria” esta frase pode significar todo o esforço dele para chegar aonde chegou.

•JIt1 – Natural do Rio de Janeiro, nasceu em 10 de agosto 1994, teve sua formação de meia dentro das categorias de base do Flamengo, onde conquistou seu primeiro título carioca ainda na categoria Juvenil. Em 2011 ainda com 16 anos estreou na equipe profissional, e conquistou neste mesmo a Copa São Paulo de futebol Junior. Porém só em 2012 conseguiu se consolidar na equipe principal. Ficou no Flamengo até o início de 2013 quando foi por empréstimo para o Cagliari, equipe que foi fundada em 1920 e a sua história é repleta de sobe e desce no campeonato Italiano, o auge da equipe foi quando em 1970 se sagrou campeã da Série A italiana, após isso aconteceram mais algumas derrocadas, mas desde 2004 quando conquistou a Série B nunca mais foi rebaixado, ficando na última temporada na décima quinta posição. Durante todo o seu período na equipe do Rio de Janeiro foi especulado o interesse internacional sob o jogador. O jovem já disputou vários jogos pelas seleções brasileiras de base, sendo que em uma das oportunidades sagrou-se campeão, e em outra oportunidade mesmo sem a conquista do título foi destaque e artilheiro da competição.

A sua participação nas redes sociais demonstra de certa forma a representatividade deste jogador que postou todas as 52 mensagens nas sua rede social Facebook que foram comentadas por seus seguidores, alguns pedindo o seu retorno, outros mandando mensagens de apoio e outros fazendo sua alta propaganda, algo comum de se ver nas redes sociais de pessoas conhecidas.

•JIt2 – Natural de Cambé/Paraná, nasceu em 22 de dezembro de 1990, atua como goleiro, formou-se nas categorias de base do Coxa, aos 19 anos, realizou um intercambio no VVV-Venho da Holanda, onde teve sua primeira oportunidade como profissional em um jogo contra o PSV, durante esta estada na Holanda contou com o apoio de outro brasileiro, que jogava no PSV para sua adaptação. Ao retornar para o Brasil em 2012 assinou contrato com o Vitória da Bahia, onde ficou por um ano. Quando seu contrato expirou, foi para o Clube Parma da Itália, que posteriormente o emprestou para o seu atual time, o Crotone, time que foi fundado em 1923, mas que ao longo de sua história necessitou decretar falência várias vezes, o time como hoje é conhecido hoje surgiu após a falência decretada em 1991, porém até este ano o clube nunca tinha conseguido chegar ao segundo escalão do futebol italiano algo que conseguiu no ano de 2000 aonde se mantém até os dias de hoje. Na última temporada com a colaboração do goleiro brasileiro a equipe ficou na sexta colocação.

Nas redes sociais o jogador teve 21 postagens no Facebook, sendo que a maioria foi realizada por seus amigos que compartilharam *links* de matérias principalmente tratando de goleiros. Quando esteve de férias no Brasil sua participação pelo Instagram foi mais representativa neste período dele publicou 4 das 9 postagens realizadas ao longo dos quatro meses, tendo como assunto principal das postagens a torcida para a seleção brasileira.

•JIt3 – Natural de Bragança Paulista/SP, nasceu em 15 de julho de 1994 é atacante, iniciou no futebol aos 9 anos de idade em uma escolinha de futebol de sua cidade. Foi para a Itália aos 19 anos, para jogar no A.S. Cittadella, time fundado em 1973, pela junção de dois clubes que existiam na cidade de mesmo nome; desde a sua fundação até o ano de 2008 o clube nunca tinha ingressado nas ligas principais da Itália, quando enfim conseguiu chegar a Serie B e em 2009 alcançou a sua melhor colocação na Série B com um sexto lugar. Na temporada 13/14 a equipe ficou na décima sétima colocação se livrando do rebaixamento na última rodada. Após terminar o ensino médio, durante todo o seu período de formação profissional, seus familiares o cobraram para manter os estudos, sempre o colocando em colégios bons; não ingressou no ensino superior por entender que não conseguiria dar a atenção devida aos estudos, pela dificuldade ter frequência e a constante mudança de clube. Ele tem consciência que no mundo do futebol a formação escolar é precária devido aos afastamentos e os longos períodos de treinamento.

Nas redes sociais o jogador sempre se fez presente, com 23 postagens no Facebook e 21 no Instagram, o teor de suas postagens quase sempre foram relacionadas a religiosidade, em agradecimentos a Deus ou pregações com palavras bíblicas. Isso que se tornou uma marca deste jogador, pois em conversa via Facebook pudemos observar que o jogador tem Deus organizador de seu caminho, “entrego meu caminho para Deus e vou trabalhar, e o que vier vamos abraçar, Ele sabe o melhor”.

Outras caracterizações são importantes para serem destacadas sobre os sujeitos pesquisados: todos são pertencentes a classe média, nascidos no sul e sudeste do Brasil, o que diz algo para os pesquisados como a posição política que alguns tomaram nas suas redes sociais, somente um dos sujeitos era negro, e por último todos os nossos sujeitos concluíram os ao menos o ensino superior e alguns não ingressaram em um curso superior por causa das exigências do mundo do futebol.

Durante a caracterização dos atores desta pesquisa foram colocados os números de postagens, porém achamos interessante mostrar aqui a soma das postagens produzidas pelos sujeitos e seus interlocutores. Foram 480 posts nas duas redes sociais, o que se pode perceber é que alguns dos sujeitos pouco postavam nas suas redes sociais, no entanto, familiares e amigos sempre estavam movimentando aquele espaço com mensagens, que por vezes era respondida pelo jogador.

No próximo capítulo, utilizamos mensagens postadas pelos sujeitos e seus seguidores para descrevermos os contextos, relações e significados identificados, na forma de categorias, de acordo com o objetivo e as questões de investigação. Para que fique claro como as referências às mensagens são empregadas, mostraremos a seguir dois exemplos: um de quando a mensagem é do próprio futebolista e outro de quando a mensagem é oriunda de algum de seus seguidores.

Quando o trecho entre parênteses começar com a identificação do Jogador significa que a postagem foi realizada por ele. Na sequência, aparecem a data da postagem e a rede social em que foi feita.

Yes Meister, jetzt wollen wir noch mehr! Danke für den Support. (JAu2, 5 de Maio 2014, Facebook)

Já quando a mensagem dentro do parêntese começa com Post na *Timeline de*, significa que a postagem foi realizada por algum dos seguidores. Na sequência, parece a identificação do jogador, a data da postagem e a rede social.

Danke JAu2! Du bist der Beste! Viele Grüße von deinem
Fan Benedict (**Post na *Timeline* de JAu2, 10 de Agosto
2014, Facebook**)

CAPITULO 4 - INTERAÇÕES DOS FUTEBOLISTAS NAS REDES: INTERPRETAÇÕES E SUPOSIÇÕES

Durante os quatro meses que acompanhamos as interações dos jovens futebolistas nas redes sociais muitos temas surgiram, no entanto, quatro tiveram mais representatividade e se fizeram presentes ao longo de todo o período de acompanhamento. São eles: *i) Família, ii) religiosidade, iii) modos de linguagem e iv) os hábitos e consumos culturais* desses jogadores.

Então, nesse capítulo, nos propomos a interpretar e desenvolver essas quatro categorias, realizando através de nossas interpretações um diálogo entre a teoria e campo. De modo a compreender não só o que esta escrito, mas com quais objetivos elas foram postadas.

Entretanto, antes de começar a descrição de nossas observações, entendemos ser interessante contextualizar a realidade encontrada por muitos dos que se sujeitam a esta profissão de modo a apresentar não só o processo de formação mais a presença de nossa vidas.

Ouve-se com facilidade, de pessoas que não conhecem o mundo do futebol, que “gostaria de ter a vida de jogador de futebol”, por julgarem que esses sujeitos precisam apenas treinar, jogar, viajar e ainda receber bem por isso. Esta ideia poderia ser facilmente refutada ao ver a realidade dos salários dos futebolistas brasileiros, em que “84% dos jogadores recebem salários até 1.000,00 reais, 13% recebem entre 1.000 e 9.000 reais e apenas 3% recebem acima de 9.000 reais por mês.”(SOARES et al., 2011, p. 912). Vale considerar também que muitos dos jogadores inseridos nos 84% têm empregos sazonais nos clubes (aproximadamente entre três a seis meses, tempo que duram certos campeonatos ou ligas locais e regionais), de modo que no resto do ano precisam se manter com o que receberam, e procurar um novo time para a próxima temporada (CORREIA, 2013).

Porém, esta não é uma realidade exclusiva do Brasil, como apresenta Rial (2009, p. 12): “a maioria dos jogadores que se transferem para o exterior o fazem para clubes pequenos, que pagam salários irrisórios”, mas o anseio de se tornar jogador não esmaece, mesmo sabendo deste fato, por perceberem esta como uma oportunidade de elevar a sua classe social e o de toda a sua família (ANJOS; SANETO; OLIVEIRA, 2012).

Na busca por este objetivo, vemos o grande número de jovens/crianças que procuram os clubes na esperança de obter uma vaga

nas categorias de base. Soares *et. al* (2011) apresentam que menos de 1% dos jovens que procuram vaga nas categorias de base dos grandes clubes brasileiros conseguem ingressar, e que o número piora ainda mais quando da profissionalização, pois o número de vagas no futebol profissional é ainda menor que nas categorias de base.

Esta breve introdução do contexto profissional dos jogadores foi colocada com o intuito de refletir como é possível que alguém sabendo dessa realidade ainda procure/deseje ser jogador? Ou será que esta realidade não é de conhecimento de todos? Para dar continuidade nesse tema e, com isso, mostrar o porquê destas categorias interpretativas na pesquisa, trataremos como, quando e onde se dá o processo de formação dos futebolistas e a importância que a Família tem nesse processo de formação

Nesse sentido, trazemos abaixo um trecho da música “Marquinho Cabeção”, do rapper Mv Bill, que fala sobre a história de um garoto de uma favela do Rio de Janeiro que tinha o sonho de ser jogador de futebol.

MARQUINHO CABEÇÃO

Você precisa conhecer a história de Marquinho Cabeção, 15 anos de idade revoltado então, barraco de madeira, no meio da favela, a mãe ajoelhada acendia uma vela, e rezava pedindo para que Oxalá ajudasse o Marquinho a se levantar, pois o seu sonho era ser jogador de futebol, ficava descalço batendo uma bola suando debaixo do sol, mas na sua vida, não tava tudo azul, sua mãe lavava roupa para rico na zona sul, se matava passava humilhação, pra colocar em sua mesa arroz com feijão, Marquinho Cabeção, que não tava trabalhando, treinava à tarde e à noite tava estudando, de chinelo mochila rasgada ia Marquinho Cabeção, seu sonho era jogar no Maraca com a camisa do mengão, mas como sempre acontece, no Rio de Janeiro, a ilusão pela TV, veio primeiro, era tênis, camisa e boné, ainda diziam se você ainda não tem é um zé mané, eram coisas que sua mãe não poderia lhe dar, tava fazendo supletivo, parou de estudar, as vezes não tinha dinheiro nem para ir treinar, sua esperança Marquinho começou a faltar, seu sonho de ser profissional tava ficando pra trás, a camisa do mengão, já não brilhava mais, Marquinho que era o rei da bola. [...]

Mv Bill

O relato apresentado nesta música demonstra a realidade de muitos jovens que sonham ser futebolistas; *i) são de família pobre, ii) sacrifício dos pais para manter o garoto treinando e estudando, iii) realidade*

imposta pela sociedade e mídia, iv) quanto maior a idade mais difícil de se manter treinando pela necessidade de trabalhar, entre outros.

Sabemos que o futebol no Brasil é uma prática hegemônica e também parte de uma identidade nacional, reforçada dia-a-dia pelos diferentes meios de comunicação pelo qual nos informamos e acabamos envolvidos. Talvez isso nos leve a praticar e a admirar este esporte desde criança como falado anteriormente. Para além disso, tem-se o costume de falar que “esse garoto nasceu para jogar bola”, logo após os seus primeiros chutes na bola, fazendo com que muitos brasileiros digam que o saber jogar futebol é um Dom.

Este que é apresentado de duas formas, Dom/Talento ou Dom/Dádiva, que divergem em alguns pontos, mas possuem suas similaridades, como ser algo não mensurável a uma simples observação (DAMO, 2005). O conceito utilizado pelo autor para chegar a suas considerações é advindo dos estudos de Marcel Mauss, onde a Dádiva, é um sistema de trocas contratuais, pela qual há a necessidade de reciprocidade (receber e retribuir), há dois elementos essenciais para entender isto que é chamado de *potlach*; “**honra**, do prestígio, do *mana* que a riqueza confere, e o da **obrigação** absoluta de retribuir as dádivas sob pena de perder esse *mana*, essa autoridade, esse talismã e essa fonte de riqueza que é a própria autoridade”(MAUSS, 2013, p. 20), esses fazem com que o circuito da Dádiva seja continuado, principalmente pelo medo da perda. Então deve-se retribuir da mesma forma, como veremos na categoria sobre a religiosidade dos jogadores.

Agora, é importante fazer a relação de Dom com o ato de receber, pois:

aceitar alguma coisa de alguém é aceitar algo de sua essência espiritual, de sua alma; a conservação dessa coisa seria perigosa e mortal, e não simplesmente porque seria ilícita, mas também porque essa coisa que vem da pessoa, não apenas moralmente, mas física e espiritualmente, essa essência, esse alimento, esses bens, móveis ou imóveis, essas mulheres ou esses descendentes, esses ritos ou essas comunhões, têm poder mágico e religioso sobre nós. Enfim, a coisa dada não é uma coisa inerte. Animada, geralmente individualizada, ela tende a retornar ao que Hertz chamava “seu lar de origem” ou produzir, para o clã e o solo do qual surgiu um equivalente que a substitua. (MAUSS, 2013, pp. 25-26).

Na sociedade brasileira o ato de designar que a criança recebeu o Dom se dá como falado acima, logo nos primeiros toques na bola; porém será reafirmado por olheiros do futebol ou pelos familiares do escolhido,

que buscam através do filho ter o seu sonho realizado (CORREIA, 2013). Esta percepção do possível Dom é a premissa necessária para a iniciação ao treinamento esportivo, para que possa moldá-lo, treiná-lo e aperfeiçoá-lo. A partir desse momento o que era uma simples brincadeira para a criança deixa de ser para se tornar um compromisso seu com os seus familiares e muitas vezes com Deus.

Desta forma que observamos o processo de iniciação ao treinamento esportivo no futebol ocorrendo cada dia mais cedo, com categorias competitivas a partir dos 9 anos de idade, e uma perceptível “profissionalização” aos 12 anos de idade, com treinos diários de ao menos um turno e a possibilidade do regime de albergamento caso o candidato seja de outra cidade/estado, e caso seja necessário o clube dá inclusive uma ajuda (DAMO, 2005; SOARES et al., 2011).

Tão logo começam os treinamentos diários as prioridades também começam a surgir, e é nesse momento que os sujeitos passam a ter seus primeiros conflitos internos, pois deverão, ainda muito jovem, escolher o que desejam para suas vidas. Pois dificilmente conseguirão dar a atenção necessária para as brincadeiras, os treinamentos e a escola. É nessa disputa quase que desleal que os estudos e as brincadeiras de rua começam a ficar em segundo plano em favor dos treinamentos. O que significa que mesmo esses garotos permanecendo na escola o mesmo tempo que os não atletas, a rotina de treinamento e as faltas por causa de viagens faz com tenham dificuldade em acompanhar os conteúdos escolares; com isso reprovam, caso não contem com a flexibilização da escola e dos professores (MELO, 2010, p. 28). Como podemos observar na fala dos jovens pesquisados por Correia (2013), que buscaram uma escola que não fosse complicar no tempo de treinamento deles, da mesma forma que não iria complicar com as notas: *“Porque é um colégio que não exige muito do aluno e para conciliar o futebol, treino, casa e estudo tem que ser um colégio que não exija muito”* (p.8).

Com a iniciação ao dia a dia do futebol, os jovens precisam realizar a escolha para o que darão mais atenção, haja vista que os compromissos lhe tomaram tempos consideráveis como mostra a comparação realizada por alguns autores, entre o tempo da escola e o tempo para o treinamento. Um jovem com 12 anos, caso seja aprovado todos os anos, precisará de 4800 horas para a conclusão do ensino médio, enquanto no mesmo período ele despenderá de 4080 a 6000 horas dedicação ao campo futebolístico a depender do clube que frequente (DAMO, 2005; MELO, 2010; SOARES et al., 2011). Esses dados mostram que o Marquinhos da música de Mv Bill estava em busca do seu sonho como muitos outros jovens que, em algum momento, pensaram em se profissionalizar no

futebol, pois com o passar das categorias os treinos começam a ser em dois turnos e desta forma procuram o ensino noturno para completar os estudos (MELO, 2010), a prioridade dada aos treinos e conseqüentemente ao convívio, quase que único, com outros jogadores influencia diretamente no modo de agir e de se expressar dos jogadores, como veremos na categoria sobre linguagem com as expressões linguísticas que surgem no mundo do futebol e são difundidas hoje pelas redes sociais.

Esse processo de formação e escolha desses jovens, de certa forma demonstra que não são apenas escolhas individuais, pois dificilmente uma criança de 12 anos teria autonomia suficiente para escolher o seu destino, mas sim escolhas elaboradas e pensadas através de um “Projeto Familiar”, que lhe proporcionará um campo de possibilidades para com o futebol (RIAL, 2006, 2008).

Planejar o caminho do futuro futebolista torna-se uma tarefa principalmente da Família, pois este poderá ser o alicerce para adquirir um capital econômico e social representativo. Então, abdicar de algo agora não é de todo mau, pois a possibilidade de ser recompensado no futuro é muito mais empolgante. Ainda mais com a possibilidade deste retorno vir ainda mais cedo, como vemos nos estudos de Soares *et al* (2011) e de Rocha *et al* (2011), em que clubes e empresários, ao perceberem futuro no garoto agilizam uma ajuda de custo que por vezes tem um valor semelhante ou superior ao salário dos pais, também procuram viabilizar empregos para os responsáveis, como forma de criar uma conexão consistente com a família, que desta maneira contribuirá na proteção e no afastamento de quem possa se aproximar com o objetivo de quebrar a relação.

A Família então o blinda para que consiga manter a trajetória pensada no projeto familiar, em que a profissionalização no futebol é a coisa mais importante, mas que para isso terá uma longa jornada, na qual precisará aprimorar o seu capital futebolístico e corporal para poder ingressar no concorrido mundo do futebol. Por vezes, para manter-se no processo de formação, é necessário o afastamento da família, o que gera em partes um impacto por estarem longe dos seus maiores apoiadores (CORREIA, 2013).

Caso alcancem a profissionalização e a tão sonhada alta remuneração, esses jogadores retribuem a Deus o Dom que receberam, da mesma forma toda a dedicação que sua Família teve ao longo da formação. Uma das formas mais comuns de retribuição por parte dos futebolistas é a compra de uma casa para os pais e posterior a isso buscam dar uma vida confortável para as demais participantes do projeto familiar (RIAL, 2006).

Com isso, percebemos a Família como um ponto-chave para abrir a nossa discussão das categorias descritivas do campo, pois esta tem papel importante em todo o processo de formação dos sujeitos como futebolistas e como indivíduos integrantes de uma sociedade complexa; pela qual se é sujeito e ação em um intenso processo de interação entre diferentes grupos e segmento (VELHO, 1994).

4.1 “FAMILIA, FAMILIA, PAPAÍ, MAMÃE, TITIA [...]”²⁵”

Tentaremos aqui compreender as diversas maneiras de comunicação e de agradecimento desses futebolistas para com sua Família e vice versa, de modo a identificar as relações entre o sujeitos que estão “isolados” de seus familiares, e os que estão distantes, mas ao mesmo tempo próximos devido às redes sociais. Para realizar essa descrição, dividimos a categoria Família em dois tópicos assim intitulados; *i) O isolamento causa a saudade, saudade a vontade de estar perto;* e *ii) Momentos festivos merecem ser lembrados e compartilhados.* Essa divisão se deu por avaliarmos que a questão saudade, datas comemorativas e a relação como a Família através das redes foram as mais presentes ao longo do acompanhamento.

4.1.1 O isolamento causa a saudade, saudade a vontade de estar perto.

Para iniciar este tópico seria interessante entender o que é saudade, ao consultar o dicionário podemos observar que ela esta ligada a lembranças melancólicas e, ao mesmo tempo, suave de pessoas ou coisas distantes ou extintas. Para esses sujeitos esta sensação se dá ainda quando são muito jovens, pois muitos necessitam se afastar de seus familiares para buscar o sonho de se tornar jogador de futebol. Muitos jovens necessitam ficar no sistema de albergamento nos CTs ou alojamentos dos clubes desde muito cedo e acabam encontrando com suas famílias apenas uma vez por mês ou menos (CORREIA, 2013). Normalmente esses sujeitos estão em pleno momento de desenvolvimento cultural, afetivo e psicológico e são submetidos a esse desafio, que se apresenta para muitos

²⁵ Ao utilizar o refrão da música “A nossa família” do Titãs, apresentamos o conceito de família que utilizaremos ao longo deste texto. Família será vista como Família extensa, na qual podem estar inseridos além dos membros da família nuclear (pai, mãe e irmãos), também os parentes mais próximos (RIAL, 2006; VELHO, 1999); contudo, acrescentaremos a essa noção de família as namoradas dos sujeitos da pesquisa.

como a primeira barreira, uma vez que é difícil conseguir se adaptar ao afastamento dos seus apoiadores do dia a dia. Contudo, mesmo com todos esses empecilhos, muitos seguem firme na busca dos seus objetivos e são acompanhados de longe por seus familiares.

Hoje, é perceptível observar que as TICs, de modo especial, as redes sociais têm influenciado no processo de adaptação e manutenção desses atores sociais na luta pelo seu lugar no restrito campo de trabalho do futebol, em virtude de que a comunicação com os que estão longe foi facilitada e ampliaram-se as possibilidades de expressar a saudade, conseqüentemente, o acolhimento pelos seus entes também. Pois tão logo expresse um enfraquecimento, através de palavras ou até de uma simples imagem de tristeza, palavras de apoio aparecerão como forma de estimular e mostrar que estão ali para ajudar de alguma forma. Para Rial (2006) uma das grandes barreiras para o jogador brasileiro é esse processo de reconhecimento longe dos que lhe davam apoio e contribuía diariamente para o seu desenvolvimento profissional, muitas vezes, esses jogadores, ao se perceberem fora do estado de conforto anterior, têm queda no seu rendimento esportivo, que pode implicar na derrocada do projeto Familiar de carreira no futebol profissional.

Tendo em vista a ajuda advinda dos seus familiares pelas redes sociais, através dos suportes digitais disponíveis, os jogadores têm conseguido se adaptar mais rápido ao distanciamento do seu ciclo social e cultural. Assim o fator saudade tem sido melhor controlado, dando maior tranquilidade e foco para os que estão lá “sozinhos”.

a internet ajudou muito, eu mesmo uso o *skype* para falar com minha família, ela faz você se aproximar um pouco mais e se sentir mais perto de sua família e das pessoas que você gosta. (Depoimento de JFi1 aos pesquisadores)

O sentimento de saudade tem sido controlado, através de depoimentos e conversas acompanhadas, por meio das ferramentas digitais disponíveis e de fácil acesso (redes sociais, *skype*, etc.), durante o período que estão longe, o que demonstra que as TICs têm se tornado um forte aliado na sociabilidade afetiva e capaz de manter fortes laços mesmo à distância (SILVA; TAKEUTI, 2010). Ao acompanhar os sujeitos durante os meses observamos que o número de mensagens para os familiares reduziu, porém com a aproximação do recesso e o conseqüente prenúncio de regresso ao Brasil, mensagens com tom de alegria e agradecimento por ter conseguido suportar o longo período longe e com êxito começam a aparecer. Com isso, também o desejo da reaproximação

com a família ganha força nos posts dos futebolistas, pois eles terão a oportunidade de matar a saudade, que estava trancafiada devido aos afazeres do dia a dia.

Tu, Senhor e Deus nosso, és digno de receber a Glória, a Honra e o Poder, porque criaste todas as coisas, e por tua vontade elas existem e foram criadas' (Apocalipse 4:11) – A Glória é de Deus, 4 meses abençoados na minha vida. Agradeço ao @cittadellaas, a todos os jogadores por me receberem muito bem. Agradeço a todos que oram e torceram por mim, e por cada amizade e pessoas que Deus colocou no meu caminho para me ajudar, **e agora que seja feita a vontade do Senhor, descansar e matar a saudade da família, amigos, e do Brasil!!!** Entregue seu caminho ao Senhor; confie nele, e Ele agirá (Salmos 37:5) (JIIt3,1 Junho de 2014, Instagram, sem grifo no original)

Com isso, podemos considerar que os futebolistas brasileiros estudados realizam um afastamento sazonal da sua realidade brasileira, pois ao fim ou pausa da temporada retornam para o Brasil em busca do carinho dos familiares (RIAL, 2006). Mesmo que as redes sociais possibilitem hoje uma fácil interação entre os sujeitos, ela ainda não oportuniza o toque, o abraço, o contato corporal, que para os brasileiros é muito importante. Os jogadores de futebol têm por hábito manter o contato com sua Família, provavelmente por considerarem que esta lhes proporcionou campos de possibilidades que foram essenciais para a constituição de sua identidade como sujeito (VELHO, 1999).

Então o momento de reaproximação com a Família tem suas benesses, visto que estar no aconchego da família possibilita um afastamento parcial do cotidiano, como as lutas constantes para manter o contato com quem estava longe, a não necessidade de mandar e procurar notícias, pois os maiores interessados estão ao seu lado. Porém, com o regresso às atividades profissionais junto aos seus clubes, as lembranças dos bons momentos passados juntos neste curto período retornam ao pensamento diário, e fazem com que o sentimento de falta seja novamente lembrado, mas agora por ter que se afastar por mais um longo período dos seus familiares. Velho (1999) coloca que mesmo em família que estão próximas há possibilidade de um movimento cíclico entre afastamentos e reaproximações, por terem projetos de vida diferentes. No caso dos jogadores de futebol o afastamento acontece não por brigas ou projetos de vida diferentes mais sim para a manutenção do projeto familiar pensado por todos.

Desta forma os momentos de retorno ao Brasil ou ao trabalho geram sentimentos distintos. Por um lado a felicidade de estar junto de seus familiares e poder “sumir” dos compromissos,

Brasil to chegando férias !!! #40dias (JA11, 16 de Maio 2014, Facebook)

Chegando Brasil ! Hahaha (JA11, 20 de Maio 2014, Facebook)

Mas esta felicidade é observada também nas pessoas que esperam pela chegada dos jogadores, pois sabem que terão atenção destes no período que estiverem por perto.

Chegouuuuuu — com JAu3 (Post na Timeline de JAu3, 5 de Julho 2014, Facebook)

Na mensagem, a pessoa tentou demonstrar o seu sentimento de alegria, através da escrita; estender a palavra desta maneira pode ser entendida como um momento de felicidade de quem esperou para que esse momento acontecesse, se tornando um prêmio/presente. Nas redes sociais é comum observar a utilização de uma linguagem simples, espontânea e direta com pouca ou quase nenhuma contextualização, é necessário estar acompanhando o contexto para que se possa saber o que está sendo dito (DUENDE, 2009).

Por outro lado, após o retorno e a permanência próxima dos seus familiares, há um novo afastamento decorrente do regresso ao trabalho, o que fará com que o sentimento de falta retorne ao seu dia a dia. Mesmo assim, é na conversa com a Família, pelas ferramentas de comunicação que eles poderão encontrar alento, até que a rotina seja estabelecida. Este sentimento, às vezes é expresso em seus perfis nas redes sociais.

Acabou minhas férias amanhã viajando para Alemanha promete #22 (JA11, 1 de Julho de 2014, Facebook)

A vontade de te ver já é maior que tudo... #saudade #namoradalinda #teamo” (JAu3, 28 de Julho 2014, Instagram)

A primeira postagem indica que acabou as férias e a rotina tem que recomeçar, na expectativa de um bom retorno oportunizado pela boa fase que vinha tendo no momento do recesso. Enquanto na segunda postagem,

o jogador coloca o seu sentimento, que é respondido por sua namorada, que ficou no Brasil: “Lindeza, volta logo, amo você.” - mesmo o momento do reencontro tendo data marcada, caso tudo dê certo, pelo caráter sazonal do afastamento dos jogadores brasileiros.

@Jit2 É, as férias acabaram!! Já estou com saudades de tudo e todos. Agora é trabalhar e esperar Dezembro chegar haha (Jit2, 30 de Julho 2014, Instagram)

No entanto, mesmo com a comunicação facilitada pelas TICs, que possibilitam uma maior interação entre jogadores e Família o fator tempo (cronológico) têm grande importância no processo de adaptação e apaziguamento da saudade, pois compromissos, novas amizades e a inserção na cultura local fazem com que haja um esquecimento parcial do que foi deixado para trás, propiciando que os sujeitos deem atenção ao seu novo cotidiano e aproveitem para costurar novas relações não contratuais com esse lugar (AUGÉ, 1994). Como demonstra a fala de JFi1 em uma conversa pelo Facebook;

Essa adaptação demora um certo tempo, ela tem que ser de um modo onde você está aberto para essa nova cultura, novas pessoas, nova língua, você não pode ter uma resistência com isso, se não você não se adapta da maneira como se deve (JFi1, em resposta a um questionário enviado via Facebook)

Então, a abertura do sujeito para com o novo lugar é uma atitude que deve ser tomada por ele, de modo a não ficar fechado em si mesmo e consequentemente mantendo o pensamento ligado ao passado, ao que lhe falta, que ficou no Brasil.

A inserção na nova cultura o irá deixar mais próximo da realidade vivida no seu local de trabalho, mesmo repleto de brasileiros ou pessoas de outros países, pois a sensação de estar em casa e bem alocado somente se dará quando o mesmo puder realizar suas tarefas do cotidiano sozinho, sentindo-se livre, autônomo (PORTES; DEWIND, 2006).

Durante a estada desses jogadores nos seus locais de trabalho, como já indicamos anteriormente, eles utilizam as redes sociais como uma ferramenta para se comunicar com seus familiares, mas estas também tem se tornado um local para demonstração de carinho como poderemos observar no próximo tópico.

4.1.2 Momentos festivos merecem ser lembrados e compartilhados.

No contemporâneo, arrumamos um aliado para o não esquecimento de datas comemorativas, como aniversários, datas especiais (início de namoro, casamento, eventos, entre outros) ou um simples gesto de carinho, pois somos lembrados diariamente pelas próprias redes sociais. De certa forma, essas ferramentas facilitaram a vida de muita gente por não precisar gravar tudo na memória e ainda possibilitar a utilização da ferramenta para as felicitações, agradecimentos, declarações, entre outras coisas possíveis. Nada que não fosse realizado sem a ajuda da internet, apenas demonstra que a Internet apenas criou uma maneira nova de realizar as coisas antigas, pois antes as mesmas coisas eram realizadas, no entanto através do telefone, por meio impresso ou pessoalmente (DELA COLETA; COLETA; GUIMARÃES, 2008).

Entretanto, por esses sujeitos terem certa visibilidade com as redes sociais é possível que uma pessoa assim tenha muitos seguidores mesmo que nunca tenha havido ou haja uma interação pessoal ou virtual, pois as pessoas buscam acompanhar algo que lhes interesse (RECUERO, 2004). No Brasil já tínhamos o costume de saber dos passos dos jogadores de futebol mesmo antes dessas ferramentas, pois a grande mídia costuma pautar a vida desses sujeitos desde suas negociações, transferências ao seu dia a dia. Então é normal que as felicitações por parte dos jogadores acabem sendo direcionadas a apenas um seleto grupo de pessoas, seus familiares mais próximos:

Ei Friend! Desde criança lado a lado haha Parabéns. Desejo para você o melhor, um ano abençoado por Deus! Família é Família né, Tamo junto sempre. #21 #euteparostumbens #nois (JIt3, 3 de Setembro 2014, Instagram)

Meu amor, parabens por mais um ano de vida, que o Senhor te guardou, te sustentou, nao tenho palavras para dizer o quanto sou grato a Deus pela sua vida, estou com muitas saudades vó, eu te amo muito” (JFi2, 23 de Junho 2013, Facebook)

A representatividade desses sujeitos nas redes sociais os tornam *hubs* sociais²⁶, de modo que mesmo sabendo que dificilmente os jogadores lhes responderão os seguidores enviam suas mensagens de felicitação; por isso que é possível observar um grande contingente de mensagens os felicitando, advindas de diferentes tipos de seguidores: os familiares com mensagens mais elaboradas, que podem lembrar algo dos tempos passados; os seguidores brasileiros que, se conhecido de alguma torcida, pedem o seu retorno; e dos novos admiradores locais, que por vezes o felicitam em português com a ajuda de algum tradutor ou na língua local. Porém para que os torcedores locais o felicitem é necessário que o jogador tenha uma representatividade junto à equipe. Esta pode ser vista como uma tentativa de aproximação:

Parabéns!!! (Post na Timeline de JAu3, 24 de Julho 2014, Facebook)

Parabéns Carvoeiro, Deus t ilumine sempre! abraçooo



(Post na Timeline de JAu3, 24 de Julho 2014, Facebook)

JAu3 parabéns meu eterno vizinho haha..tudo de melhor pra você, muita saúde, paz, felicidades e realizações. Que papai do céu continue te iluminando e protegendo. Que esse novo ano seja o melhor de todos!!! Gosto muito de você e me sinto feliz de ser sua amiga e orgulhosa por suas conquistas. Um forte abraço e happy birthday!!!! Bjos (Post na Timeline de JAu3, 24 de Julho 2014, Facebook)

JIt3 que Deus te abençoe cada vez mais! Boom hoje é o seu dia uhuuuuuul um dia muito especial...bom lembra a primeira vez que você foi na igreja hahaha faz muito tempo e a partir daquele dia nós tornamos amigooos !!

²⁶ *Hub* Sociais são as pessoas que tem milhares de seguidores mesmo sem que tenha relação social com os que o seguem, “uma relação social na qual as partes envolvidas não precisam dispendir tempo, capital social e envolvimento para aprofundar ou manter a conexão entre elas. Isso porque seria impossível para os hubs sociais que conseguissem manter algum tipo de interação com um número tão imenso de conexões.”(RECUERO, 2004, p. 10)

Hahahaha faz tempo mas amizade continua a mesma até a eternidadee...olha pode contar comigo pra qualquer coisa estou a qui pra te ajudar ! Amoo muito você ♥□♥□ Hoje eu vejo a pessoa que você se tornou totalmente diferente, uma pessoa que hoje posso dizer que é um HOMEM DE DEUS, uma pessoa que tem como exemplo e dizer que Jesus muda mesmo ! Olhaa que Deus te capacite cada vez mais, que você venha ser aquilo que Deus tem planejado pra você e pode ter certeza que quero participar de TUDO ! Beijos até mais (Post na Timeline de JIt3, 15 de Julho 2014, Facebook)

É notável a diversidade de postagens que podemos encontrar nesses momentos; na primeira postagem um simples parabéns, que pode indicar que o seguidor não tem uma relação direta com o sujeito; na segunda, um admirador oriundo do seu último clube no Brasil, mostrando a identificação com o jogador que passou pelo seu clube com a foto de um bolo com o escudo do clube; na terceira e quarta postagens podemos observar mensagens que vão para além do mundo do futebol, são pessoas que fizeram e fazem parte do convívio direto desses jogadores, então procuram trazer em suas mensagens algo mais acalorado e pessoal²⁷. Entretanto observou-se que o grande volume de mensagens surge de pessoas que tem um laço fraco com os futebolistas, que buscam quem sabe uma interação. Para Recuero (2004) a comunicação mediada por computador (CMC) tem feito com que os laços fracos, ou seja os desconhecidos, tenham representatividade na consolidação de redes, pois é através esses laços que as *hubs* ganham força nas redes sociais.

No entanto, mesmo sem a necessidade de agradecer, os futebolistas têm procurado maneiras de retribuir a atenção despendida por seus seguidores, como um simples curtir, que para os participantes do Facebook significa muito²⁸, ou com uma postagem genérica que poderá

²⁷ Os jogadores que aniversariaram no período da coleta de dados estão em seu primeiro ano de equipe, o que significa que estão em fase de reconhecimento por parte dos torcedores locais, por isso que não conseguimos encontrar postagens desses torcedores os felicitando.

²⁸ A simples atitude de curtir algo no Facebook tem representado bastante para os seus participantes, como foi possível observar durante as manifestações de junho de 2013, na qual um número de curtidas nas páginas das manifestações era bem maior que o contingente de pessoas que aparecia efetivamente na manifestação. No entanto, muitos consideraram que a ação de ter curtido contribuiu para o tamanho da manifestação.

ser apreciada por todos os que o felicitaram, pois seria muito complicado agradecer individualmente a cada mensagem, esta atitude demandaria um tempo considerável.

Obrigado a Todos que me mandaram Parabéns pelo Celular, infelizmente ele quebrou, não sei quando volta kk, e não consegui responder! Que Jesus Abençoe o seu Coração (JIt3, 16 de Julho 2014, Facebook)

Certamente o agradecimento individual se dará somente para aquelas pessoas mais próximas e através de comunicação direta (chat do Facebook ou outras ferramentas), deixando os menos íntimos de lado como acontece nas felicitações de aniversário.

Fato curioso se dá quando da passagem do “dia dos pais” ou “das mães”, essas pessoas que são extremamente importantes para esses sujeitos, por se tratarem dos principais organizadores do “projeto familiar” além de serem as pessoas que lhe deram a vida e o possibilitaram estar em busca dos seus sonhos, que consolida processo de formação como jogador. Nestas datas os sujeitos têm a oportunidade de agradecer publicamente o apoio até então oferecido por eles;

Para mim dia das mães são todos os dias, mais hoje vim para dizer o quanto amo vocês, dizer que sou grato a Deus pela vida de cada uma, que considero uma mãe...queria poder estar ai para dar um Abraço e dizer que amo cada uma.. mais como não posso essa é minha homenagem...Amo muito vocês!!! (JFi2, 11 de Maio 2014, Facebook)

Hoje é o dia dessa PEÇA!!! Mãe, obrigado por tudo. Eu te amo, desde o dia que ainda estava entrando em estado de formação. Você é linda. Te amo demais, demais. Não posso comemorar hoje aí ao seu lado, mas já te disse que se estivesse te daria um grande abraço e um super beijo de gratidão. Te amo. (JIt1, 11 de Maio de 2014, Facebook)

Feliz dia dos pais careca!!! Obrigado por tudo sempre e continue sendo essa pessoa especial na vida de todos, e ajudando sempre quando possível! Te amo pai!!! (JFi, 10 de Agosto 2014, Instagram)

Analisando mais a fundo, percebe-se que as mensagens surgem somente para um dos seus genitores. Como acompanhamos de maio a agosto, tivemos a oportunidade de passar pelas duas festividades, e observar que quem felicitou a mãe, não felicitou o pai e assim vice e versa. Provavelmente isso pode estar ligado à necessidade de parabenizar a pessoa mais representativa nesta árdua jornada. Como é possível observar em conversa de JFil com o pesquisador: “*Venho de uma família, onde meu pai sempre gostou muito de futebol, então eu e meus irmãos fomos criados dentro do futebol*”; ao que parece, seu pai é quem mais o apoiava nesse caminho. Esta relação pode ser observada também na fala dos sujeitos da pesquisa de Correia (2013) que apresentam os seus maiores incentivadores nos seus projetos, com o pai ajudando no deslocamento entre escola e treino, ou no treinamento físico por ser *personal trainer*, enquanto as mães preferiam que eles estudassem. Porém, a figura da mãe também aparece no caso de um dos sujeitos estudados por Souza *et. al.* (2008), na qual a mãe realiza o papel de mãe e pai ao mesmo tempo, sendo então a principal responsável por apoiar o filho no futebol, como na já referida música do Mv Bill. Velho (1999) coloca que é comum observar pessoas que aderem ao uso do nome da família da mãe em detrimento da do pai por esta ter maior representatividade perante a sociedade; vejo que os futebolistas escolhem a quem representar e agradecer não pelo sobrenome, mas pela ajuda que este deu ao longo da sua formação.

4.2 “OBRIGADO SENHOR”, RELIGIOSIDADE E FÉ DOS JOGADORES

Se na casa e na rua utilizamos o idioma do dinheiro e a linguagem das cifras, dos números, dos salários, dos cálculos e das coisas práticas deste mundo, no universo da religião estamos muito mais interessados em conversar com Deus, com os santos, com a Virgem Maria e Jesus Cristo, e com toda a legião de entidades que ali habitam (DAMATTA, 1998, p. 112)

Há muito se fala que Futebol e Religião não se discutem, porém em momento algum foi falado que não poderia compará-los ou até assimilá-los. Desta forma que tentaremos trabalhar neste tópico a ligação dos jogadores de futebol com a religião ou a religiosidade, haja vista que hoje a presença religiosa está cada vez mais presente nos esportistas como mostra a tese de Iara Regina Damiani (2009) pela presença das novas

religiões, o fortalecimento dos atletas de cristo e com isso a maior publicitação dos agradecimentos a Deus, através da fala e postagens dos jogadores de futebol em suas redes sociais. Alguns estudos mostram que temos uma mistura dessas duas “paixões” nacionais como referido por Alvarenga (2007) e Daolio (2006). Orações, rezas individuais e coletivas, promessa, superstição e peregrinação são alguns dos rituais apresentadas por pessoas veiculadas ao futebol. Mesmo que pareça incoerente, o brasileiro tem por hábito mistura culturas religiosas divergentes²⁹, como diz DaMatta (1998, p. 117) “para nós é modo de ampliar as nossas possibilidades de proteção”. O que significa que praticar ou acreditar em duas ou mais religiões para o brasileiro não é algo impensável, mas sim uma maneira de se cercar pelo máximo de forças divinas possíveis como vemos em Daólio:

não se pode falar em futebol no Brasil sem considerar o aspecto religioso que envolve, ressaltando que esse aspecto não se resume apenas a orações antes dos jogos, mas num verdadeiro ritual sobrenatural. Segundo o autor, os fatores sorte/azar perpassam o futebol, apresentando uma visão de mundo, tanto para o jogador como para o torcedor, em que a ordem se explica pelo sobrenatural. (SHIRTS, 1982, *apud* DAOLIO, 2006, p.134)

A religião vai muito além do momento de agradecimento e prece, ela deve ser vista influenciadora para escolhas a serem tomadas desde o “batizado, crisma, comunhão, casamentos e funerais”, pois esses têm como pressuposto legitimar “com o aval divino ou sobrenatural uma passagem que se deseja necessária” (DAMATTA, 1998, p. 114).

São nos momentos das escolhas e aflições que a busca pela ajuda religiosa se faz mais presente, pois de certo modo estas contribuem na formação dos sujeitos, como o futebol contribuir na ascensão social, a religião (hoje, principalmente as neopentecostais) têm contribuído para dar esperança e suporte para que essa ascensão aconteça através de

²⁹ Esse sincretismo religioso do brasileiro é observado em um texto de DaMatta(1998, p. 119) “no Natal vamos sempre à Missa do Galo, no dia 31 de dezembro vamos todos à praia vestidos de branco, festejar o nosso orixá ou receber os bons fluidos da atmosfera de esperança que lá se forma. Somos todos mentirosos? Claro que não! Somos, isso sim, profundamente religiosos”. Esta passagem mostra de forma simples que nós brasileiros não seguimos apenas uma linha religiosa, isso pode ser entendido pela miscigenação da população brasileira.

projetos e principalmente pelas palavras bíblicas (DAMIANI, 2009, p. 49).

Ao saber de toda a superstição presente no futebol brasileiro, vemos como importante também ressaltar a ideia de Marcel Mauss, que é a Dádiva Divina, que é aceita por grande parte dos futebolistas, na qual acreditam que o dom de jogar futebol lhe foi dada por Deus e por isso é necessário agradecer e retribuir, sob pena de perder o Dom. Porque;

seja preciso retribuir a outrem o que na realidade é parcela de sua natureza e substância; pois aceitar alguma coisa de alguém é aceitar algo de sua essência espiritual, de sua alma; a conservação dessa coisa seria perigosa e mortal, e não simplesmente porque seria ilícita, mas também porque essa coisa que vem da pessoa, não apenas moralmente, mas física e espiritualmente, essa essência, esse alimento, esses bens, móveis ou imóveis, essas mulheres ou esses descendentes, esses ritos ou essas comunhões, têm poder mágico e religioso sobre nós. (MAUSS, 2013, p. 26)

Deste modo é que percebemos a grande massa de posts nos perfis dos jovens futebolistas, em forma de agradecimento a Deus por este Dom recebido, porém é possível observar outros modos de agradecimento e mensagens, como algo muito peculiar dos atletas de cristo³⁰ que através de suas pregações tentam angariar mais seguidores para próximo da palavra de Jesus.

4.2.1 Continuar com as escolhas de Deus...

É comum observar no discurso midiático e futebolístico que para jogar futebol é necessário ter o Dom, não basta apenas querer, pois se você não foi o escolhido para realizar essa atividade jamais alcançará êxito, mesmo que treine muito. Afirmação esta que desagrada os formadores do futebol, pois para eles aceitar isto seria menosprezar o próprio trabalho (DAMO, 2005). No entanto para a maioria da população, como supracitado, este é um Dom divino, e pode ser observado nas

³⁰“O movimento Atletas de Cristo (ADC) nasceu em abril no ano de 1978, em Belo Horizonte (MG), com o pastor Abraão Soares e o goleiro João Leite (Atlético/MG). É um movimento formado por atletas evangélicos que atuam em diversas modalidades esportivas pertencentes a algumas igrejas evangélicas, sendo, portanto um movimento paraeclesialístico. Seus seguidores são de igrejas protestantes, pentecostais e neopentecostais” (PAES, 2013).

postagens dos jogadores e seus familiares ao agradecer a Deus pelas conquistas, pela derrota, e a oportunidade de estar vivendo aquele momento.

Meu orgulho, meu amor...**Escolhido desde meu ventre para brilhar a luz que vem de Jesus.** Saudades que dói...
— com JFi2. (Post na Timeline de JFi2, 20 de Maio de 2014, Facebook, sem grifo no original)

Esta mensagem serve de ponto de partida para a apresentação dos muitos agradecimentos pela Dádiva recebida. Ao que parece Jesus tem grande responsabilidade sobre as escolhas e caminhos que devem ser tomados e agradecer por essa escolha divina é de extrema importância, pois o não agradecimento pode acarretar na perda deste Dom, se seguirmos o que ensinou (MAUSS, 2013).

É possível observar que a crença no sobrenatural está acima de todas as coisas, pois ele nasceu para brilhar, segundo o post. No entanto, será que se o jovem tivesse seguido outra atividade e não tivesse despendido tanto tempo em treinamento isso aconteceria, no futebol ou em qualquer outra profissão que ele viesse a escolher?

Notamos também que há um grande volume de postagens em agradecimentos a Deus, por ter realizado um bom treino, pedidos por uma boa partida e também pela vitória alcançada.

Mais um dia de treino concluído, Gracias a Deus!!
#GoBlues #Ops #Finland#GloriaaDeus #Resenha
#Parceiro #Brazil — com JFi1. (Post na Timeline de JFi1, 5 de Maio de 2014, Facebook)

Que Deus esteja conosco em mais um jogo e possamos sair com a vitória. Tamo junto nego @JAu1!! #redbullsalzburg
#vs # fcbasel #ligaeuropa (JAu2, 3 de Maio de 2014, Instagram)

Obrigado meu Deus pela vitoria de hoje OPS 3X0 KPV e por ter feito dois gol #Fé #ObrigadoDeus — com JFi1 e JFi2. (Post na Timeline de JFi1, 3 de Agosto de 2014, Facebook)

Os agradecimentos e pedidos são muitos, mas será que os adversários também não pedem por essa graça, será que o pedido de um é mais forte que o do outro? DaMatta (1998, p. 113) coloca que os pedidos individuais seriam as formas mais fracas e que as súplicas acompanhadas

de alguma outra ação são mais fortes; serão então as redes sociais uma maneira de adquirir força ao pedido? O autor ainda comenta que os pedidos “*sobem*’ *melhor quando há um sinal visível de comunicação com o alto; algo que cristalize essa ligação, como a fumaça do incenso ou as luzes das velas queimando*”. Esta cristalização no contemporâneo poderia ser entendida como as diferentes formas dos futebolistas divulgarem suas crenças, como levantar a camisa no momento do jogo para mostrar uma mensagem dirigida a Deus, ou os agradecimentos públicos em forma de postagens das suas redes sociais, atitudes como essas que já eram vistas antes das TIC’s, essa divulgação para todos que o seguem e deixando assim um lastro que pode ser seguido e apreciado por todos.



(JAu1, 20 de Agosto 2014, Instagram)

Segundo Daolio (2006) mesmo com todas as superstições e agradecimentos, o jogador pode entrar em campo e não jogar bem, o time perder; porém, apesar das preces não terem sido suficientes na busca do objetivo esta fé jamais será abalada: “*Na verdade o pensamento supersticioso é autojustificável, mesmo quando não atinge o resultado esperado*” (p. 136).

No entanto, mesmo acreditando na ajuda divina, os futebolistas têm consciência de que é necessário trabalhar, se esforçar muito para alcançar os objetivos, pois sabem que há preces de todos os lados, rogando pela vitória, por um lugar no time, para realizar um bom treino, por um melhor contrato, entre tantos outros. Então cabe a eles treinar e orar de modo a fortalecer o pedido feito a Deus, e continuar sempre consciente dos seus deveres:

A vida é feita de desafios e o que move uma pessoa são os seus sonhos. Você tem duas opções. Arrumar uma desculpa, que não deu certo porque não era pra ser, ou

focar no seu objetivo e não olhar pro lado, não se importar com o que as pessoas dizem a seu respeito, nem querer ser melhor do que os outros, apenas dar o seu máximo em tudo que fizer, **com dedicação, amor e muita determinação e deixar com que Deus cuide do resto, a partir daí verás que só é impossível aquilo que você ainda não tentou. Valeu Deus** (JAu3, 30 de Junho 2014, Instagram, sem grifo no original)

Mesmo com todo o sacrifício, nos treinos e o bom desempenho em campo, as conquistas são concebidas por Deus que, a priori, havia escolhido esse caminho e que de uma maneira ou de outra isto acabaria acontecendo em algum momento da vida desse sujeito. Como podemos observar abaixo.

As vezes a felicidade demora chegar, Ai é que a gente não pode deixar de sonha, Guerreiro não foge da luta e não pode correr, Ninguém vai poder atrasar quem nasceu pra vencer. **Obrigado Senhor por essa benção concedida #Artilheiro #ôfbcup** (JAu1, 5 de Julho de 2014, Instagram, sem grifo no original)

A conquista se torna uma benção concedida por Deus, todo o sacrifício e desempenho dentro e fora de campo fora esquecido para dar essa honra ao Senhor, este que sabe o que faz e que cumpre com suas promessas.

Este sorriso que me dá forças para acordar a cada manhã, **na certeza de que Deus é fiel e cumpre as promessas na vida daqueles que o amam.** JFi2 amor#saudades#orgulho#fé. — com JFi1 e JFi2. (Post na Timeline de JFi2, 22 de julho de 2014, Facebook, sem grifo no original)

Porém, de onde saem essas certezas de que Deus promete algo aos seguidores, pois a doutrina das religiões seguidas pelos futebolistas e seus familiares não acredita em encarnação, então a única maneira de comunicação com Deus é através da interpretação das leituras bíblicas ou sob a releitura dos seus representantes aqui na Terra (padres, pastores, pais de santo, etc.). Como forma de aceitar essa fé, podemos trazer o conceito de “tradição inventada” de Hobsbawn (2002, p. 9) que entende esta como “um conjunto de práticas, normalmente reguladas por regras tácita ou abertamente aceitas”. Este pode ser um dos modos possíveis de

acreditar em promessas imaginadas pelos futebolistas e sua Família como algo feito por Deus.

Para que Deus possa contribuir no desenvolvimento pessoal de cada um é necessário que esse acredite no seu poder, pois Ele não conseguirá ajudar sem que haja o pedido ou o agradecimento. Esse deve ser o motivo de uma das características de muitos brasileiros de falar “*Graças a Deus*” mesmo sem se dar conta.

Esses jogadores tem a palavra de Deus presente no seu dia a dia, pois como falado anteriormente o Senhor contribuiu, também e principalmente nos momentos difíceis como de uma lesão e todo o seu período de recuperação, e as igrejas, como mostra Damini (2009), tem papel importante nesse processo, pois os auxiliam a manter o foco, por terem uma rede de proteção social, que por vezes substituem o Estado.

Boa Noite galera, ontem no lance de jogo eu trombei com o zagueiro e levei a pior.. **Acabei fraturando minha mão esquerda e hoje tive que fazer uma cirurgia que graças a Deus foi um sucesso.** Agora é focar na recuperação para voltar a jogar o mais rápido possível.. **Agradecer a Deus até nesses momento pois Deus sabe de todas as coisas.** Abraço (JAu1, 8 de Maio de 2014, Instagram, sem grifo no original)

Hoje é um dia muito importante para mim, **porque volto a treinar com o time**, sei que está perto de acabar o campeonato, mas estou mesmo assim muito feliz. **Obrigado meu Deus por tudo.** (JIt1, 13 de Maio de 2014, Facebook, sem grifo no original)

Rial (2006, p. 29) identificou que os jogadores brasileiros tendem a se refugiar no Brasil nos momentos de férias e recuperações de doenças e lesões, por conhecerem os médicos e fisioterapeutas e por terem a oportunidade de estar próximo da família. Embora isso seja uma realidade, é possível acrescentar a busca pela força divina nesse momento de recuperação com as orações e promessas. Como coloca Damiani (2009), os esportistas além de ter a igreja como local de oração, a têm como local de cura, reduto social, familiar e terapêutico.

Claro que não poderia faltar o agradecimento a Deus pelo Dom da vida, este que se renova todos os anos, na mesma data e se amplia para além do ser individual, criando um sentimento coletivo de alegria, fazendo com que muitos se manifestem agradecendo a oportunidade de

conhecer a pessoa e de Deus lhe dar saúde para continuar dando alegria a todos.

Obrigado meu Deus, por mais um ano de vida. Te agradeço de todo o coração pela felicidade que minha família, amigos, fã clubes, me proporcionaram hoje. Fiquei muito feliz com a mensagem de cada um no vídeo que cada amigo fez pra mim, amo todos. (JIt1, 10 de Agosto de 2014, Facebook, sem grifo no original)

Aooooo jovem, parabéns mano, muita saúde, paz, amor e sucesso em sua vida, e **q Deus continue abençoando seus planos e iluminado sua vida!** Forte abraço Brother ! 🙌👍👍 (Post na Timeline de JIt3, 15 de Julho de 2014, Facebook, sem grifo no original)

Além dessas maneiras de agradecer, há jogadores que veem a sua própria imagem como uma possibilidade de divulgação dos ensinamentos do Senhor e assim o fazem através de suas redes sociais.

4.2.2 Difundindo a palavra Divina através da Rede.

Cada dia mais podemos notar a palavra de Deus no linguajar dos jogadores de futebol. Esses não têm receio nenhum em difundir os ensinamentos, passados por Deus, através das suas imagens de jogadores, pelo contrário. Constantemente observamos jogadores que ao fazer um gol levantam os dedos para o céu ou até mesmo a camisa do seu clube para mostrar uma mensagem que represente algo religioso, mesmo sabendo que essa atitude poderá ser punida administrativamente³¹.

Com o desenvolvimento tecnológico e comunicacional, esses jogadores encontram outros campos de veiculação, por exemplo a internet em seus perfis, para difundir os seus ideais religiosos. Abrangência esta impensada no momento do início da sua difusão no final do anos 70 e início dos anos 80 pelos primeiros representantes dos chamados jogadores “crentes”, que viam o espaço esportivo como um território de ação conversionista e como veículo para a sua divulgação. Eles acreditavam que essa evangelização se daria no conversar e nas pregaçãoes, tendo

³¹ Segundo as regras do futebol, quando um jogador tira ou levanta a camisa ele deve ser advertido com cartão amarelo durante o jogo. Mas é possível que ele sofra cobranças também por parte do próprio clube, pois ao levantar a camisa o nome do patrocinador não aparece e possivelmente haverá cobranças por esta atitude.

sempre o cuidado para que nenhum dos seus pregadores falasse algo inadequado (DAMIANI, 2009).

Parece que mesmo com o espaço aberto para a difusão das crenças adquiridas, ele só é transmitido por pessoas que cumprem com os ensinamentos conforme Damiani (2009, p. 58) coloca, pois “não poderiam dar a voz a qualquer um, qualquer aventureiro que quisesse só aparecer ou coisa parecida”. Então, para ter esse direito de fala, é necessário que o pregador esteja ciente da sua responsabilidade, desta forma é necessário que ele tenha se convertido por inteiro não só no momento da pregação, mas também no seu modo de agir, o que demonstra que há um certo controle no que deve ser dito, para que não corram o risco de dar visibilidade ao fracasso.

Diante do exposto, conseguimos compreender ao menos parcialmente os objetivos dos Atletas de Cristo³² com suas pregações via redes sociais.

Não procurem atalhos para Deus. O mercado está transbordando de fórmulas fáceis e infalíveis para uma vida bem-sucedida que podem ser aplicadas em seu tempo livre. Não caiam nesse golpe, ainda que multidões o recomendem. O caminho para a vida — para Deus! — é difícil e requer dedicação total. (JIt3, 8 de Setembro de 2014, Facebook)

É perceptível a diferença no modo de se expressar sobre Deus de JIt3 para os demais sujeitos apresentados anteriormente. Ele não vai apenas agradecer, ele tenta evangelizar os que o seguem, de modo a tentar contribuir na vida dessas pessoas. Esta atitude já era praticada mesmo antes das redes sociais, como temos diversos exemplos de ex-jogadores de futebol que se tornaram pastores. Sabendo disso, os gestores dos Atletas de Cristo reforçam a imagem do movimento com personagens conhecidos de todos, como demonstra Damiani (2009), que difundiam e difundem as palavras de Deus por onde passam. Muitos desses jogadores, além de seguir e difundir as palavras do Senhor, também financiam atividades das suas respectivas igrejas.

³²³² “Os Atletas de Cristo tem como objetivo divulgar Cristo aos atletas de todas as categorias e modalidades; oferecer condições a eles para que possam evangelizar seus colegas; “cooperar com igrejas, missões e organizações cristãs; contribuir para a prática séria e honesta do esporte e realizar atividades que tornem possível alcançar tais propósitos” (DAMIANI, 2009, p. 52).

Sujeitos com essas características tendem a “organizar e promover grupos de estudos bíblicos, influenciar o meio esportivo e dar apoio emocional e espiritual aos atletas.” (DAMIANI, 2009, p. 55). Isso pode ser visto nas postagens do JIt3, nas quais procurar evangelizar e deixar bem claro para quem vai suas orações, pois não seria digno da palavra de Deus pensar só em si:

- Que a Glória seja dada a quem merece! Romanos 11:36
 - Pois todas as coisas foram criadas por Ele, e tudo existe por meio dEle e para Ele. Glória a Deus para sempre! (JIt3, 1 de Agosto de 2014, Facebook)

Minha Oração é para que Voce que viu isso, tire um Tempo e veja esse Vídeo !
 Tenho Certeza que vai Ajudar muito a sua Vida !
 que Jesus abençoe seu coração (JIt3, 17 de Julho de 2014, Facebook)

Na hora de evangelizar e declarar suas preces os trechos bíblicos contribuem por demonstrarem a devoção, a veracidade e a força dos seus pensamentos. Ajudando também a organizar e conseqüentemente dão maior credibilidade perante Deus. Este que tem o poder sobre todas as coisas e a confiança da grande parte da população brasileira, ao pensar que 92%³³ acreditam de alguma forma na sua existência independente da religião que cultuam.

4.3 #LINGUAGEM, #GÍRIAS E #SPRACHE: MANEIRAS DE SE COMUNICAR COM OS SEGUIDORES.

O futebol, há muitos anos, influencia a maneira de falar e agir da sociedade, através de suas gírias³⁴ e gestos, como por exemplo, enquanto estamos aqui neste ato de escrita expressões como “bola pra frente” vem

³³ Dados do IBGE como pode ser observado no infográfico disponibilizado no site do O Globo. Disponível em: <http://oglobo.globo.com/infograficos/censo-religiao/> Acessado em 06 de Maio de 2015

³⁴ A gíria é resultante da aplicação de um novo significado às formas que já existem no sistema linguístico comum, ou alterados por expansão semântica. A criação gíriática tem sua motivação polarizada, basicamente, em dois aspectos: a) criar uma barreira comunicativa entre o grupo que a utiliza e os demais elementos da comunidade linguística, b) veicular ideais a partir de uma motivação lúdico-emotiva. (QUEIROZ, 2003, p. 88)

em nossas cabeças, pois sabemos que é preciso nos desvencilhar das interrogações para dar continuidade no trabalho e não terminar aos “45 do segundo tempo”, o que indica terminar nos últimos minutos e ficar no sufoco até o final. As expressões linguísticas do futebol, têm se adequado cada dia mais ao cotidiano da população brasileira por serem compreendidas por todos, diferente da linguagem que envolve o crime, que são pensados como forma a não serem decodificadas pela sociedade (QUEIROZ, 2003; RIVA, 2014).

É interessante observar como nosso cotidiano está impregnado de termos futebolísticos, tais como “pisar na bola”, “fazer o meio de campo”, “dar um chute”, “bater na trave”, “fazer um gol de placa” e assim por diante. (DAOLIO, 2006, p. 142)

Esta influência linguística ganhou destaque, principalmente, com os meios de comunicação de massa, pois a priori esta linguagem restringia-se a uma pequena parcela da sociedade que acompanhava o futebol nos estádios e nas conversas de bar. Com a entrada do futebol na pauta jornalística dos jornais impressos e transmissões radiofônicas (e depois televisiva), o linguajar oriundo do futebol e de seus interlocutores ganhou espaço em outras parcelas da população que não conviviam diretamente com o esporte e devagar começou a transformar o modo de falar do brasileiro como vimos acima, a inserção de gírias começou a tomar significado no cotidiano das pessoas. Para alguns críticos, com esse processo de difusão de uma cultura através das mídias a cultura popular perdeu espaço, pois deixou de ser construída através do contato pessoal, e começou a ser difundida por um pequeno grupo que produzia o material que seria lido por muitos, o que significa que os trejeitos do bairro perderam espaço para o que vinha da mídia. (HELAL, 2001)

Os meios de comunicação de massa possibilitam diferentes maneiras de se expressar, levando sempre em consideração as diferentes plataformas em que estão alocadas. No entanto, jargões que ganham destaque em uma das mídias se tornam padrão para as demais; por exemplo, os jargões difundidos pela radiofonia, através de sua linguagem difusa, com os narradores criando a todo momento “novas” gírias de modo a entreter os seus ouvintes que muitas vezes não estão vendo o que está acontecendo³⁵ (CAPINUSSÚ, 1988). Entretanto, no contemporâneo,

³⁵ “Olha lá o boneco, pegou na redonda, jogou na cozinha, bateu de rosca, no Pauu. – o que aconteceu ali é sexo, mudei de canal. Esses narradores de futebol

a difusão de expressões não se deve apenas as grandes mídias produtoras de conteúdo, pois com as TICs a população também se tornou produtora de conteúdo ao ponto dos grandes veículos de comunicação estarem de olho no que acontece no dia a dia dessas novas redes, podendo até se utilizar de expressões que ali foram divulgadas, a exemplo do recente “Mais ah! Marco véio, taca-lhe pau nesse carrinho Marco”.

No entanto, o que se pode observar é que mesmo com essa possibilidade de criar e difundir novas expressões, o público tem optado em espalhar as expressões criadas pelos *hubs* do futebol:

Nas redes sociais online, essas informações são muito mais amplificadas, reverberadas, discutidas e repassadas. Assim, dizemos que essas redes proporcionaram mais voz às pessoas, mais construção de valores e maior potencial de espalhar informações. São, assim, essas teias de conexões que espalham informações, dão voz às pessoas, constroem valores diferentes e dão acesso a esse tipo de valor. (RECUERO, 2009, p.25)

Então, hoje ao invés de reverberar uma gíria criada por algum interlocutor do futebol, o público tem procurado difundir o que o próprio jogador fala, por estar ali na sua timeline das redes sociais, um exemplo disso é a difusão do “é Thois” nas redes sociais, após o jogador Neymar repetir algumas vezes essa palavra Catalã em suas postagens, muitos não sabem até hoje a tradução, mas interpretam com qual objetivo foi colocada e assim se apropriaram. Com a ligeira difusão a expressão

são malucos o Galvão Bueno, por exemplo quando a jogada vai se desenhando muito espetacular ele para de falar e fica maluco. – Lá vai Ronaldinho Gaúcho passou pelo primeiro, passou pelo segundo, olha o que ele fez olha o que ele fez, olha o que ele fez – o cego quer saber o que ele fez, o cego não sabe. É desesperador e os caras usam uns termos que não tem nada haver com nada tipo, chutou a bola na gaveta lá aonde a coruja dorme, que porra de coruja é essa que dorme em gaveta, qual foi o dia que você estava no seu quarto e abriu a gaveta e viu uma coruja. Veja bem, final de campeonato é aquela aflição né, cego fica maluco, quem enxerga passa a ser cego é uma loucura. Você imagina a minha situação, 47 do segundo tempo, 0 a 0 final do campeonato quem fizer o gol vai se consagrar campeão ai o Silvio Luiz vai lá e narra assim; Olha lá ele, Olha lá ele, olho no lance, éééééééé (o cego não faz a mínima ideia de quem fez o gol) tá lá dentro, foi foi foi foi foi ele o craque da camisa numero 9, confira comigo no replay” (Jeferson Farias no Programa do Jo, 17 de abril 2014 Disponível em <http://globoTV.globo.com/rede-globo/programa-do-jo/v/o-humorista-jefferson-farias-conta-alguns-dramas-do-cego-e-fala-de-abordagens-estranhas/3289432/>)

ganhou uma simbologia também criada e logo difundida pelo jogador e seus admiradores.



Figura 1 Difusão do É Thois através das Redes Sociais

Estas forma de se comunicar através de gírias e expressões podem ser interpretadas por dois aspectos: a) criar uma barreira comunicativa entre o grupo que a utiliza e os demais elementos da comunidade linguística, b) veicular ideais a partir de uma motivação lúdico-emotiva (QUEIROZ, 2003, p. 88). É neste segundo aspecto que podemos encaixar o mundo linguístico do futebol, na qual os jogadores e seus interlocutores utilizam as palavras muitas vezes para satirizar o outro ou demonstrar afeto.

No entanto, não só de gíria vivem os jogadores. A comunicação é e se torna ainda mais importante quando esses sujeitos se encontram em outro país, onde o idioma é outro e suas expressões serão incompreensíveis até para seus tradutores, então é necessário que consigam se comunicar através de uma linguagem culta, que irá contribuir também para o aprendizado do novo idioma.

Nestas categorias sobre linguagem, trabalharemos a partir de dois eixos de interpretação, sendo um as maneiras de se expressar dos futebolistas com suas gírias e maneiras de se comunicar com seus seguidores, e o outro descrevendo a transformação e adaptação linguística para que possam se comunicar com seus novos admiradores.

4.3.1 O comunicar dos futebolistas e seus seguidores: expressões de afeto e busca do contato.

Como forma de iniciar a descrição e interpretação das postagens que aqui utilizaremos, retomamos uma citação que já foi apresentada nesse trabalho: “Uma das principais características dos blogues (redes sociais) é a linguagem direta e espontânea, sem preocupações formais e de contextualização, com que são escritos”(DUENDE, 2009, p. 32). Esta é uma das primeiras explicações possíveis para posts iguais ao abaixo apresentado:



Ficou pra Historia ! (JIt3, 15 de Agosto 2014, Instagram)

Em um primeiro momento pode-se questionar se as postagens anteriores a essa não contextualizariam melhor esta mensagem; contudo, ao observar constata-se que não, pois como vimos no tópico sobre religiosidade este futebolista tem por habito postar somente mensagens vinculadas à religião ou seus irmãos de religião. Mas através de uma observação um pouco mais interpretativa é possível compreender que este post destina-se a ressaltar a união deste grupo de futebolistas, uma amizade que ficará para a história, como é possível também interpretar como algo que aconteceu naquele momento e que ficará para a história.

Os futebolistas tem uma maneira diferenciada de se comunicar como apresentamos acima, na qual procura criar expressões que possam ser compreensíveis e ao mesmo tempo satirizar com alguém. Esta maneira de se comunicar ficou bem marcada principalmente na figura do ex-jogador e agora deputado Romário, com seus jargões, exemplo do “qualé, peixe”. Hoje, como as redes sociais, estas expressões necessitaram ganhar outra forma, a escrita, no entanto não poderiam perder sua origem de uma linguagem divergente criada e que instiga o imaginário de quem a ouve ou lê (CAPINUSSÚ, 1988).

Filmeta entao!?!?!? #JFi3derrubo #JFi3naogosta
#percenta #estralando (JFi2, 16 de Agosto 2014,
Instagram)

@JFi2 - #Finlandia #Finavia # Finland # brazilianboys #cold #ops #oulun #aftertraining. Haha o xxxxx ta me ensinando... e eh cheio das hashtags kkk (JFi2, 3 de Maio 2014, Instagram)

#obrigadosenhora #quaselá #partiuBR (JFi2, 23 de Agosto 2014, Instagram)

#100risadinha com os Finlândia kkkkkkkkkkkkk (Post na Timeline de JFi3, 10 de Maio 2014, Facebook)

O hábito de se expressar através de gírias faz com que o jogador esteja sempre em um processo criativo, criando novas expressões, que são testadas inicialmente com seus companheiros, caso aceitas tomam outros rumos. Esta se tornou praticamente uma identidade dos futebolistas, pois não é algo que surge apenas quando se tornam profissionais, mas sim desde as categorias de base, onde nascem e morrem novas gírias diariamente. No contemporâneo, podemos dizer que as gírias futebolísticas têm sido desenvolvidas e difundidas pelas redes sociais e em grande escala através das *#Hashtag*, que permitem ao usuário criar/juntar palavras. Esta nova maneira de se expressar como as gírias e a linguagem da internet não precisa de contextualização e pode estar impregnada de ludicidade, pois a “apropriações criativas que só fazem sentido dentro de um determinado contexto e que trabalham com níveis diferentes de intertextualidades e referências que só podem ser compreendidas na imersão e na vivência cotidiana de tais dinâmicas”(AMARAL, 2011, p. 2)

De certa forma, podemos nos permitir relacionar esta ação dos futebolistas como o capital cultural e social a eles empregado, pois ao conviver diariamente com essas atitudes é quase impossível não trazer para o seu vocabulário cotidiano estas expressões, que são por vezes utilizadas para substituir uma palavra que lhes falta ou para que os seus iguais possam entender.

As expressões do mundo do futebol tendem a ser compreendidas por todos, porém em alguns momentos é necessário exemplificar melhor o que se está falando para não possibilitar outras interpretações como vemos abaixo;



@JFi2 – Batida fraca! #ops #finland #game (JFi2, 20 de Maio 2014, Instagram)

Mesmo para quem vive o dia a dia do futebol, ao ler uma postagem com esses dizeres, poderia ter outra interpretação como, por exemplo, um jogador cometendo uma falta. O artifício da imagem, porém, faz com que não reste dúvida sobre o que ele está articulando. Neste post o mais importante para nós não é o que ele quer passar com a mensagem, mas sim a maneira como ela foi escrita. O que significa o “fraca”? Ao analisar a imagem e pode-se ver que ele está cobrando muito bem uma falta; aí que entra a compreensão do jeito malandro do brasileiro, pois o “fraca” neste caso é uma ironia, uma forma de se gabar de algo que foi bem executado, mesmo que o lance não tenha acarretado em gol, o simples gesto motor bem feito já representa muito.

Esse jeito malandro também pode ser visto nos posts abaixo;



Quero ver bater de frente! (JIt1, 1 de Julho 2014, Facebook)



Qual foi? Vai Encarar? #ApavoreiMesmo
 #Batedefrente#BrasileirosendoBrasileiros
 #PassaretoVacilão #Sumemo #Parceriakkkkkkkkk — com
 JFi2 em Castrenin Urheilukeskus. (Post na Timeline de
 JFi2, 28 de Maio 2014, Facebook)

O jeitinho brasileiro também pode estar relacionado com o tipo “marrento/folgado”, o sujeito que tenta se mostrar superior aos demais, como podemos ver na mensagem colocada junto ao grupo de amigos, que demonstra serem superiores e quem os desafiar terá grandes dificuldades; ou na segunda postagem em que afirma que esta é mesmo uma atitude de brasileiro que não aceita levar desaforo para casa. DaMatta (1998, p. 98) coloca que na malandragem do brasileiro algo representativo é o antipático “sabe com quem está falando?” o que evidencia que quando o brasileiro se vê em apuros ele parte para cima mesmo que esteja errado.

No entanto, nem só de malandragem vive o futebolista brasileiro, e em uma expressão podemos diagnosticar isso;

A cara da derrota no play!!! Ahaha...callllllma...amigo quero te desejar parabens, tudo de Bom na sua vida, que Deus realize seus sonhos..que vc continue humilde sempre com um sorriso no rosto, estou orando por vc sempre , agradeço a Deus pela sua amizade, que sempre esteve do meu lado em todos os momentos...**tamo junto** sempre amigo te amo!! (JFi3, 19 de Maio 2014, Facebook, sem grifo no original)

Ontem à noite foi assim... #**TamoJunto** (JIt1, 5 de Junho 2014, Facebook, sem grifo no original)

@JIt2 esse eh meu parceiro! Meu irmão que nos momentos bons e nos ruins **tamo sempre junto** ! Sei de tudo o que passou pra chegar onde hoje está. Além de muito treino, lesoes, dificuldades que sempre acompanhei, mesmo de longe (Post na Timeline de JIt2, 15 de Julho 2014, Facebook, sem grifo no original)

Ei Friend ! Desde de criança lado a lado haha Parabéns Desejo para você o melhor, um ano abençoado por Deus ! Família é Família né, **Tamo junto** sempre ♥◻ (JIt3, 3 de Setembro 2014, Instagram, sem grifo no original)

Boa noite! com meu mano **tmj** (JA11, 23 de Agosto 2014, Facebook, sem grifo no original)

A declaração “Tamo Junto” se tornou muito característica dos futebolistas e seus parceiros. O jogo de palavras criado no pagode foi sendo apropriado pelos jogadores de futebol de modo e hoje é possível perceber este jargão em diversos momentos da vida desses sujeitos, no caminho para um jogo, no felicitar alguém, no agradecer por um bom momento passado junto, entre outros. Quando da apropriação por esses atores o “Tamo Junto” ganhou uma ressignificação com o objetivo de mostrar a admiração e o afeto que se tem por alguém como podemos ver nos posts acima. Este tipo de expressão é utilizada quando a postagem é destinada somente para o público brasileiro, pois por não encontrarem expressão parecidas no novo idioma optam em não utilizar, como veremos abaixo.

4.3.2 Apropriação do novo idioma: como e quando utiliza-lo

Uma das primeiras coisas que pensamos antes de uma viagem para o exterior é: Como iremos nos comunicar? Chegar em um outro país sem conseguir entender e falar com alguém é algo aparentemente assustador para muita gente. No entanto, este paradigma não parece espantar os jogadores de futebol brasileiro; conhecendo a realidade cultural e educacional brasileira, sabemos que só uma pequena parcela da população brasileira possui um segundo idioma, que mesmo não conhecendo o idioma do país em que irão jogar, embarcam em busca do projeto de jogar no exterior.

Rial (2009), ao citar a realidade dos jogadores por ela pesquisados, coloca que as equipes por hábito disponibilizam *staffs* para acompanhar o futebolista no seu dia a dia. Este é um fato comum em grandes equipes e para jogadores consagrados, o que foge à realidade de muitos desses sujeitos, pois ao se deslocarem para equipes de pequeno porte dificilmente tem esse apoio e por vezes necessitam da ajuda de companheiros brasileiros ou latinos que já estejam acostumados ou tenham um pequeno conhecimento da língua, fazendo com que os sujeitos, após um choque linguístico, se vejam obrigados a aprender o novo idioma o mais breve possível, como podemos ver na sequência cronológica das postagens abaixo, na qual o jogador em um curto período de tempo deixa de realizar postagens somente em português e passa a se comunicar também em alemão:

@JAu2- Aproveitando o feriado de Páscoa com meu amor e nossa afilhada (**uma cachorrinha**), haha como ela se diverti @JAu1! Hahaha h.a.s.t.a.g... joni *Viena (JAu2, **21 de Abril 2014**, Instagram, sem grifo no original)

@JAu2 – “Eu creio nos planos de Deus. Eu creio nas promessas que ele tem pra mim. O mundo pode até duvidar. No tempo do Senhor (JAu2, **10 de Maio 2014**, Instagram)

@JAu2 – Double 2013/2014! Was für eine Starke Saison, was für eine Mannschaft! Gratulieren Jungs! Alle Ehre und Ruhm für Gott!! Campeões da Bundesliga e da Copa da Áustria! Grande temporada, grande time! Parabéns a todos que fizeram parte disso! Toda honra e Glória a Deus! E vamos comemorar (JAu2, **17 de Maio 2014**, Instagram)

@JAu2 – Bem-Vindo ao maior Cajueiro do Mundo. Bem-vindo a Natal. Bem-vindo férias!! #férias #natal #cajueiro # amor # brasil (JAu2, **22 de Maio 2014**, Instagram)

@JAu2 – Feliz dia dos Namorados meu amor!!! Eu te amo demais! (JAu2, **12 de Junho 2014**, Instagram)

@JAu2 – Passeio no zoológico hoje com meu amor. Os animais são lindos mesmo. Deus é realmente perfeito. Heute, ich und meine Freudin habe unsere Tag in Zoo vebrachten. Die Tiere sind unglaubliche schöne. Gott ist wirklich Perfekt. (JAu2, **16 de Agosto 2014**, Instagram)

Esta sequência de postagens mostra a realidade de muitos dos jovens futebolistas brasileiros que ao chegar em outro país não possuem o domínio do novo idioma, e assim mantém o contato via TICs com os seus seguidores brasileiros através da sua língua mãe, porém com o passar do tempo e aquisição de admiradores locais e a iniciação no novo idioma, faz com que se arrisquem em seus perfis nas redes sociais com mensagens traduzidas para as duas línguas como forma de agradecer e manter informados os seus simpatizantes.

É interessante notar que dependendo do momento as mensagens podem ser publicadas sem tradução. Como havíamos falado anteriormente parece que nas férias os futebolistas não veem a necessidade de manter o contato com os admiradores estrangeiros (posts 22 de Maio, e 12 de Junho); mas logo que retornam ao seu dia a dia de

treinamento e afazeres locais as mensagens são retomadas nos dois idiomas mesmo que a atividade não esteja relacionada ao seu trabalho (post 16 de Agosto). Demonstrando a espetacularização da vida desses sujeitos, que ao aparecerem nas redes recebem também o carinho dos seus seguidores através de postagens traduzidas ou mesmo de mensagens no idioma local, o que exige ainda mais a apropriação do novo idioma por parte dos jogadores.



Training. Die Jungs sind top motiviert. Auf ne geile neue Saison *.* — se sentindo entusiasmado com JAll e outras 5 pessoas em Dietmar-Hopp-Sportpark.³⁶ (Post na Timeline de JAll, 5 de Agosto 2014, Facebook)

Outro fator importante com relação ao idioma é que mesmo conhecendo e tendo domínio da língua, haverá momentos que somente alguém nativo conseguirá entender, como diz Duende (2009, p. 32) ao falar sobre a sua inserção no mundo dos blogs,

quando eu, brasileiro razoavelmente informado, de classe média e com o domínio de no máximo dois idiomas além da língua pátria, tento acessar os blogues de Bangladesh, me deparo com uma série de problemas. Antes de mais nada, não falo bengali, uma das línguas mais frequentemente usadas na região. Posso, contudo, encontrar por lá alguns blogues que sejam escritos em inglês, uma língua que, até prova em contrário, domino razoavelmente. Mas mesmo vencendo a barreira da língua, nada me garante que eu conseguirei entender os fatores culturais e contextais nos quais o blogueiro está envolvido ao escrever sua blogada. O resultado é que, mesmo que eu entenda do que diabos meu colega bangladeshí está falando, certamente perderei boa parte da mensagem por não saber a quê ele se refere quando cita algo de conhecimento corrente para um leitor de seu país, ou

³⁶ “Treino. Os jovens estão muito motivados. Para a nova temporada” (Tradução dos autores)

quando faz um link para algum outro endereço que esteja escrito em bengali.[...] Posso, a princípio, pertencer ao mesmo contexto linguístico e cultural dos blogueiros, mas estou longe de dominar os mesmos conhecimentos que eles, e certamente não entenderei patavinas do jargão que usam para se comunicar entre si.

Este episódio se passa na realidade dos blogs, onde os sujeitos que ali interagem têm acesso a diferentes ferramentas midiáticas que possibilitam a resolução de problemas e retirada de dúvida, mas podemos utilizar este mesmo fato para pensarmos a chegada dos jogadores de futebol em outro país, uma vez que terão as mesmas dificuldades quanto ao idioma e não terão a ajuda das TICs na resolução de problemas, não contarão com tradutor ou tempo para refletir sobre o que foi dito. Por mais que as pessoas falem devagar diversas informações não serão absorvidas por falta de conhecimento cultural esportivo/linguístico.

Foi uma passagem rápida, mas, estou feliz por ter tido a oportunidade de defender um grande clube como o CAGLIARI CALCIO OFFICIAL PAGE. Agradeço a torcida pelo apoio de sempre. #ForzaCagliari. E 'stato un passaggio veloce, ma io sono contento di aver avuto la possibilità di difendere un grande club come il Cagliari. Ringrazio i tifosi per il loro sostegno, come sempre. #ForzaCasteddu (JIt1, 30 de Agosto 2014, Facebook).
It's simple. We are Leeds United! (JIt1, 1 de Setembro 2014, Facebook)

Nessas postagens, não observamos gírias e jargões utilizados normalmente pelos jogadores brasileiros, pois dificilmente conseguiriam traduzir para a língua local mesmo com a ajuda de tradutores virtuais ou locais. Notamos também que a troca de time e país faz com que o idioma se altere rapidamente como vemos acima, esta troca nas redes sociais é facilitada pela possível utilização de tradutores online, de modo a permitir uma aproximação mais rápida dos torcedores do novo time.

4.4 BRASILIDADE OU HABITUS – CONSUMO CULTURAL NA EUROPA.

Hoje, independentemente de onde moramos, conseguimos perceber características comuns às nossas nos sujeitos advindos de outras cidades, estado e ou países, pois a cultura, como já tratamos antes, está

em constante transformação principalmente pelas trocas de informações e cultura que ocorrem em momentos de encontro reais ou virtuais. Porém, mesmo com este câmbio, é possível localizar características brasileiras nas postagens dos futebolistas acompanhados.

O conceito de *habitus* de Pierre Bourdieu pode nos ajudar a compreender esta manutenção pelos futebolistas brasileiros, ao tomarmos *habitus* como o “princípio gerador de respostas mais ou menos adaptadas às exigências de um campo, é produto de toda a história individual, bem como, através de experiências formadoras da primeira infância, de toda a história coletiva da família e da classe” (BOURDIEU, 2004, p. 131).

Bourdieu coloca ainda que *habitus*;

Um sistema de disposições duráveis, estruturas estruturadas predispostas a funcionarem como estruturas estruturantes, isso é, como princípio que gera e estrutura as práticas e as representações que podem ser objetivamente regulamentadas e reguladas sem que por isso sejam o produto de obediência de regras, objetivamente adaptadas a um fim, sem que se tenha necessidade da projeção consciente deste fim ou do domínio das operações para atingi-lo, mas sendo, ao mesmo tempo, coletivamente orquestradas sem serem o produto da ação organizadora de um maestro.(BOURDIEU, 1983, apud. PAIVA, 2013)

Assim, o *habitus* contribui na socialização, ao compartilhar algumas categorias comuns com agentes submetidos a condições e condicionamento similares em uma determinada sociedade, e na individualização, ao ponto que cada indivíduo tem uma trajetória e uma localização única no mundo (WACQUANT, 2007).

Então, pensar os futebolistas brasileiros oriundos de diferentes partes do país, que seguiram projetos e campos de possibilidades diferentes, assim formando identidades individuais divergentes, por seguirem um mesmo objetivo condicionados no campo futebolístico acabam criando *habitus* similares que os identificam.

Santos, Pinheiro e Leão (2013, p. 4) colocam que “os atores futebolísticos parecem incorporar uma forma de se portar, que revela uma maneira de ser, de agir, uma disposição incorporada”, que foram adquiridas em relação com um determinado campo, que faz com que os agentes sigam suas histórias e criem seus futuros potenciais inscritos neste mundo, por estarem munidos das mesmas disposições para com o futuro por partilharem de suas trajetórias.

4.4.1 Em busca da cultura brasileira na Europa.

Como já comentamos anteriormente, cada dia mais vemos os jogadores de futebol brasileiros procurando o exterior para exercer a profissão, porém o que se nota é que o estar longe não significa de maneira alguma esquecer a cultura e as coisas que acontecem no Brasil. Isso pode ser observado nas postagens dos futebolistas que ao se depararem com algo que lembre ou, por outro lado, contraste com o encontrado aqui postam em suas redes sociais, como podemos observar:



E hoje acordamos assim, com neveeeee haha sensação unica e momento maravilhoso pela primeira vez haha baíta frioo!! #cold #snow #Finland#Oulun #Happy se sentindo feliz com JFi3 (Post na Timeline de JFi3. 4 de maio 2014, Facebook)

Mesmo que esta não fosse a primeira vez que os sujeitos tivessem visto neve, a representação deste fenômeno para o brasileiro pode ser colocada de diferentes maneiras, por ser um fato impensável em grande parte do nosso território. Para os brasileiros, a neve quase sempre representa o deslocamento, a possibilidade de conhecer e vivenciar outros lugares. Da mesma forma, as viagens a trabalho ou passeio que podem ser entendidas como uma demarcação territorial que seria pouco provável caso não tivessem alcançado o sucesso, vitória e assim a possível mudança de vida.



JAU2 Hoje conhecemos a beleza de Veneza. Heute haben wir die Schönheit von Venedig Kennengelernt #Veneza #italia #folga #venedig #italien (JAU2, 30 de Agosto 2014, Instagram)



Índia (JAI1, 15 de Maio 2014, Facebook)

Mostrar as viagens, treinos, jogos e conquistas pode ser entendido como a realização do sonho e do projeto que foi alcançado. Então, mostrar as imagens de alegria e triunfos oportunizados pela profissão ajuda a perpetuar a ideia do brasileiro nascido para o futebol, que não desiste nunca, e que venceu mesmo com as adversidades. A manifestação por parte desses sujeitos também serve para mostrar para os demais a aquisição de um capital econômico e social distinto dos que ficaram no Brasil, proporcionado pelo contato com novas culturas e pessoas.

O choque cultural por vezes representa a evidente ligação com a cultura brasileira; coisas que não tinham importância passam a ter e são replicadas quando se está longe:

Confesso que foi bem difícil, realmente percebi o quanto a cultura é diferente, o comportamento das pessoas, o clima, a comida. Uma coisa é você passar férias em um lugar,

outra é viver durante um período de tempo, o frio durante os treinamentos foi uma barreira. (Entrevista com JIt3 pelo Facebook)

Sol, verão, calor, amigos, comida brasileira, entre outras tantas coisas, são desejadas e apreciadas quando possível:



Veraozinho chegou na Finlândia kkk #parceiros #finland #dayoff (JFi1, 24 de Maio 2014, Instagram, sem grifo no original)



JAu3 Sábado de **folga**, de boa, ta tendo SOL. (JAu3, 31 de Julho 2014, Instagram, sem grifo no original)

A manutenção da cultura brasileira por esses futebolistas acontece nos períodos de folga, como é possível observar nos posts; nesses momentos, as festas, reuniões e prática de atividades também representativas dos brasileiros acontecem, pois há uma liberação temporária das obrigações junto ao clube.

Rial (2008) cita que a manutenção da cultura brasileira acontece nos momentos livres, como comprovamos, pois são nesses que eles podem ir a restaurantes com comida próxima da brasileira, ouvir música brasileiras, assistir TV com canais brasileiros e utilizar a internet para

manter o contato com os seus familiares. Colocamos ainda os encontros para práticas esportivas sem compromisso, como por exemplo o futevôlei dos jogadores na Finlândia.



JFi1 #invictos #feijaomarcos #futevolei #dayoff #finland #brasil (JFi1, 3 de Julho 2014, Instagram)



JFi2 I will miss this family. #brasil #futevolei #brothers (JFi2, 27 de Agosto 2014, Instagram)

Atividades como essas além de contribuir para a manutenção da cultura e regulação da saúde, cooperam na formação de novas relações dentro e fora do campo futebolístico, pois nessas horas as pessoas se mostram como verdadeiramente são, sem a máscara oriunda do mundo do futebol, no qual há regras que devem ser seguidas sob risco de ser excluído, caso não as cumpra.

Como estamos vendo, são nos momentos de folga que esses sujeitos reproduzem o *habitus* brasileiro, as atividades que normalmente eram realizadas no Brasil são ali revividas. Conseqüentemente são reafirmadas no período de férias, quando todos se deslocam para casa (Brasil) em busca do aconchego familiar e da religação com elementos da cultura brasileira, tão representativos para eles.

Elencamos algumas postagens dos futebolistas no periodo de férias que mostram que as atividades realizadas para essa religião com a cultura brasileira na Europa são também realizadas no Brasil.



Quase Deu, kkk (JIt3, 26 de Julho 2014, Instagram)



Muito bom rever esses meninos — com JA11 e XXXX em Estádio Orlando Scarpelli. (Post na Timeline de JA11, 16 de Junho 2014, Facebook)



Esse é meu Rio! #Vacation #SemFiltro #Brasil (JIt1, 5 de Julho 2014, Facebook)



JAu2 Sol #natal #genipabu #ontem #gestern, #top #férias
#Urlaub #Brasil #Brasilien #amor #Schatz

Futebolêi, a busca do sol, praias, viagens e a confraternização com os amigos são recorrentes, mas como falamos anteriormente as férias também servem para matar a saudade da família. Porém, notamos a pouca recorrência de postagens com os familiares neste período, o que corrobora com a ideia da não necessidade de divulgar os passos, pois os maiores interessados nas notícias são os próprios familiares que estão juntos.

Oportunidades para mostrar os familiares neste período não faltaram no período da realização da netnografia, pois durante as férias aconteceu a Copa do Mundo 2014 no Brasil, período que para muitos brasileiros é de reunião familiar, torcer junto por um triunfo da seleção nacional.

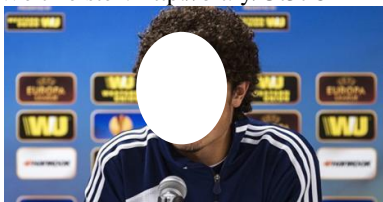


JAu1 Vamos Brasil! (JAu1, 4 de Julho 2014, Instagram)

Mesmo assim, pouco se viu sobre os familiares, da mesma forma pouco se falou sobre Copa do Mundo nos perfis dos futebolistas pesquisados nas redes sociais, algo que de certa forma contraria o que poderia se esperar, porque está na identidade do brasileiro que ama o

futebol e sua seleção. Diversas matérias³⁷ nos portais de notícias mostram que jogadores não convocados para a seleção brasileira não estavam interessados em assistir os jogos. Esta pode não ser a realidade dos participantes desta pesquisa, que podem ter assistido aos jogos, mas optaram em não divulgar, mesmo que tivessem declarado a sua torcida para o Brasil antes mesmo do início da Copa, como foi o caso de JAU2:

JAU2 vom FC Red Bull Salzburg tippt beim FIFA World Cup auf den Sieg von Brasilien. Was denkt ihr, wer wird #Fußball-Weltmeister? <http://bit.ly/Ut37Cn>



Fußball-WM: Salzburgs JAU2 hofft auf Titelgewinn Brasiliens. Der brasilianischer Innenverteidiger von Red Bull Salzburg, JAU2 hofft inständig auf einen Titelgewinn seiner Heimat-Auswahl bei der Fußball-WM. Die Chancen dafür stehen³⁸... (Post na Timeline de JAU2, 11 de Junho 2014, Facebook)

Enquanto uns declararam a torcida, outros optaram em mostrar a outra realidade da Copa do Mundo no Brasil, que por vezes é esquecida. Esta foi a opção do JFi1 em compartilhar um vídeo que fala sobre os prejuízos causados pelo evento no Brasil, apresenta a preocupação deste com seu território; mesmo longe as coisas que aqui acontecem são assumidas como importantes e merecedoras de atenção.

³⁷ Matéria da Folha: Ronaldinho diz que não vai assistir jogos da seleção e nega mágoa com Felipão Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/esporte/folhanacopa/2013/06/1297566-ronaldinho-diz-que-nao-vai-assistir-jogos-da-selecao-e-nega-magoa-com-felipao.shtml> Acessado em: 22/01/2015

³⁸ JAU2 do FC Red Bull Salzburg torce pela vitória do Brasil na Copa do Mundo da FIFA. O que ele pesa, quem será campeão mundial de futebol? Copa do Mundo de Futebol: O Jogador do Salzburg JAU2 espera por um título brasileiro. O zagueiro Brasileiro do Red Bull Salzburg, JAU2 espera entusiasmado por um título da seleção em sua casa.

boa brasil! Kk [...]Leitão fala sobre a Copa no Brasil O deputado federal Nilson Leitão (PSDB/MT) fala sobre os prejuízos causados ao Brasil com a Copa do Mundo. "Tomara que a seleção brasileira seja campeã, mas ... (JFi1, 15 de Junho 2014, Facebook)

Parece que anunciar as coisas erradas ou assumir bandeiras pelas redes sociais é também uma forma de contribuir para o desenvolvimento do país - como durante as manifestações de junho de 2013 aonde muitos curtiam/compartilhavam e discutiam os problemas do Brasil mesmo sem efetivamente ter ido às ruas para reivindicar - como percebemos no posicionamento de JAU3;

SÓ EXISTEM 2 TIPOS DE PESSOAS
SATISFEITAS COM O ATUAL GOVERNO.
AS QUE **NÃO SABEM** O QUE
ESTÁ ACONTECENDO E
AS QUE ESTÃO **GANHANDO DINHEIRO**
COM QUE ESTÁ ACONTECENDO...

Mas é lógico, difícil uma pessoa não saber o que acontecendo, a não ser que ela não queria ver né. Não tem como um cidadão honesto que paga seus impostos estar feliz com esse governo. É uma vergonha. #ForaDilma#ForaPT (JAU3, 17 de Maio 2014, Facebook)

Durante o ano de 2014, diversas denúncias de corrupção em órgãos governamentais surgiram e o sentimento anti-PT e por justiça ganhou espaço principalmente nas redes sociais, e um dos principais tópicos apontados nas redes foi exatamente o reverberado pelo JAU3, ratificando que estar longe nos dias atuais não significa estar desinteressado ou desligado do que acontece em seu país, pois hoje;

Uma rede social na Internet tem um potencial imenso para colaborar, para mobilizar e para transformar a sociedade. São pessoas que estão utilizando a Internet para ampliar suas conexões e construir um espaço mais democrático, mais amplo, mais plural e com isso, gerando valores como reputação, suporte social, acesso às informações e etc. (RECUERO, 2009, p.25)

É importante considerar o contexto e as ideologias das pessoas inseridas e que divulgam os temas; por exemplo, a visão deste jogador é contextualizada quando observamos o posicionamento político da grande

maioria dos eleitores do seu estado natal e a visão dos brasileiros que vivem no exterior, que deu à oposição governamental a maioria dos votos na eleição presidencial.

Mesmo os problemas conhecidos do Brasil não tiram o encantamento dos futebolistas quanto à sua pátria, pois a maioria após parar com o futebol retorna em definitivo para as terras brasileiras, aonde se reconhecem “*Brasil é brasil né, o lugar de onde viemos*” (fala de Jlt3).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para concluir este estudo, consideramos importante amarrar, interpretar e refletir um pouco mais sobre nossas observações, à luz da problemática de pesquisa. Para tanto, dividimos estas considerações finais em três momentos: inicialmente, tecemos uma interpretação transversal do que foi encontrado no campo; posteriormente formulamos possíveis “respostas” às questões de investigação elencadas na introdução da pesquisa; por último, realizamos uma tentativa de ampliação e possíveis associações das categorias encontradas com outros estudos para pensar a aproximação das realidades *on-line* e *off-line*.

Para procedermos a retomada das categorias, no sentido de contextualiza-las no quadro teórico construído para o estudo, importa antes retomar as bases conceituais que sustentaram nossas interpretações. Iniciamos nossa fundamentação buscando compreender o conceito de Cultura, e concordamos com Geertz quando ele fala que Cultura é uma teia de significados e que sua análise é uma ciência interpretativa que procura os significados nas ações nos símbolos e signos dispostos no espaço e tempo. Ao entender cultura desta forma, buscamos identificar nas manifestações dos jovens futebolistas os símbolos e signos que o identificassem com sujeitos brasileiros, pertencentes a um grupo marcado por suas diferenças e similitudes, na qual a presença e o empenho Familiar possibilitaram alcançar o seu sonho, através dos projetos e campos de possibilidades como apresentado Gilberto Velho. Sonho que hoje não é alcançado com a simples profissionalização, pois muitos buscam o futebol no exterior, na expectativa de que o dinheiro do futebol esta lá e é jogando fora do país que conseguirão retribuir os investimentos de seus familiares em si, o que corrobora no processo de migração dos futebolistas para o exterior, que mesmo sem conhecer a realidade vivida no exterior, buscam este caminho. E a maneira que tem encontrado para vencer o choque cultural, como foi exposto, tem sido a utilização das TICs, pois estas, de certa forma, tem conseguido manter esses indivíduos próximos de suas Famílias e da cultura brasileira.

Assim percebemos que a categoria Família, faz interlocução com todos os demais eixos de interpretação que escolhemos trabalhar, por ter uma ligação muito forte com a formação dos indivíduos, como apresentado em diferentes partes deste estudo quando destacamos a presença “*projeto familiar*” na vida dos jogadores de futebol.

Ao pensar sobre a questão familiar é possível estabelecer relação com a questão religiosa, pois muitos futebolistas buscam, por influência

da Família, apoio na fé em Deus para ultrapassar os momentos de dificuldade. Enquanto a Família é tida como a ajuda física, terrena, Deus é a força espiritual que contribui para a superação das dificuldades. Para muitos deles, é Deus quem traça o caminho de cada um e a Família é quem dá o apoio para a realização do desejo de Deus. Isso nos permite dizer, que a Família e a crença religiosa auxiliam esses profissionais a manter o foco no trabalho e são mercedores de sua atenção e respeito. No tópico “*Continuar com as escolhas de Deus*” descrevemos as formas de agradecimento a Deus por parte dos jogadores e seus familiares, o que mostra que a devoção religiosa se dá dentro do complexo familiar e não é algo individualizado, condição na qual só haveria fé por parte dos futebolistas.

As maneiras de se expressar nas redes sociais também podem ser interpretadas de formas diversas, pois as mensagens são modificadas conforme o objetivo. Por exemplo, mensagens destinadas à Família podem ser compostas por histórias da infância ou de conquistas e são carregadas emocionalmente; enquanto que postagens em agradecimento a Deus são mais sérias, pois veem a ajuda de Deus como primordial nas conquistas. Já as mensagens referentes ao cotidiano dos sujeitos, por vezes, são descontextualizadas e repletas de gírias comuns no mundo futebolístico.

Mas, independentemente do objetivo, observa-se a presença das *#hashtags* e do segundo idioma como algo comum entre os *posts* dos indivíduos acompanhados. As *Hastags*, por vezes, sem objetivo claro e sem relação com a mensagem, enquanto a segunda língua nada mais é do que a reprodução literal da mensagem postada na língua materna, de modo a possibilitar e instigar a interação dos dois grupos de seguidores, os brasileiros e os torcedores locais. De forma que as postagens servem, principalmente, para manter o contato familiar e cativar os seus novos seguidores, possibilitando uma ligação com o carisma atribuído ao povo brasileiro, que busca sempre se aproximar das pessoas que o circundam. Aproximação que até pouco tempo era dificultada no exterior por conta do idioma e a necessidade de encontro físico, e que no contemporâneo tem sido facilitada através da abertura das redes sociais e as ferramentas de tradução virtual, mas que não extingue os encontros físicos (*off line*) como, por exemplo, nas partidas recreativas e/ou beneficentes (“peladas”) e passeios dos momentos de folga, nos quais tem contato com os moradores e torcedores dos times que representam.

A opção em descrever em separado cada uma das categorias sem realizar ligações iniciais serviu como exercício para compreender as interações realizadas por eles, ao longo do tempo, principalmente nas

diferenças linguísticas em cada um dos eixos de interpretação, o que nos possibilitaria, ainda que dentro de certos limites, buscar as respostas para nossas questões de investigação, haja vista que foram através das curiosidades e inquietações apresentadas naquele momento que chegamos a essas analogias. Esse estudo surgiu efetivamente por meio desta seguinte pergunta de partida: “*Que manifestações da cultura/identidade brasileira podem ser identificadas nas interações nas redes sociais de jovens futebolistas brasileiros que atuam na Europa?*”. Com esta pergunta em mente, observamos que não são os bens materiais que viabilizam a manutenção da cultura e identidade brasileiras nesses sujeitos, mas sim os bens simbólicos, como a ligação com a família, a religiosidade, os modos de falar e agir e a busca constante por realidades parecidas com a brasileira.

Chegamos a essa interpretação devido ao que foi veiculado pelos jovens futebolistas em seus perfis nas redes sociais, pois notamos que as interações realizadas em suas páginas, na maioria das vezes, tinham objetivos claros como mandar notícia para seus familiares ou participar de atividades políticas que aconteciam no Brasil, por exemplo.

Compreendemos que as interações desses sujeitos através das TIC's tem sido mais uma maneira de se fazer presente no cotidiano de seus familiares e amigos, e também um modo de manter o contato com a realidade brasileira, que contribui para que a sensação de pertencimento seja mantida, mesmo longe do país. Tanto que é impensável para esses jogadores passar férias em outro local, se não, no Brasil.

Notamos que as interações estabelecidas pelos sujeitos e seus seguidores nas redes sociais, em sua maioria, têm o objetivo de passar uma atitude positiva em relação a exercer a profissão no exterior, possivelmente por este ser o sonho de grande parte dos garotos brasileiros, e também como forma de manter a Família tranquila. Então, mensagens que falam sobre os treinamentos, jogos e viagens realizadas em trabalho ou nas folgas são comuns, e sempre com fotos que demonstram a felicidade de estar lá, praticando o que gostam.

Porém, nas conversas *on line* tidas com alguns dos sujeitos, em privado, pudemos notar que nem tudo é fácil e positivo nessa experiência profissional internacional. Um exemplo sempre referido é a dificuldade com o idioma local, pois muitos só conseguem se expressar em português e ao se verem em uma realidade idiomática diferente, praticamente se isolam em seus alojamentos e só mantem contato com os seus *staffs*. Mas a inserção desses sujeitos nas redes sociais digitais tem exigido deles uma transformação, pois deixaram de ser apenas sujeitos locais e que viviam em “bolhas” culturais, e se tornaram sujeitos globais, mais comunicativos,

que empregam recursos tecnológicos para isso e que necessitam, inclusive, comunicar-se em outro idioma além do português.

Esta transformação cultural não foi algo que aconteceu somente com os sujeitos desta pesquisa; podemos observar que as redes sociais também são utilizadas por futebolistas brasileiros consagrados no mundo do futebol para manter contato com seus amigos/seguidores, familiares e fãs, para parabenizar, agradecer, expressar-se e exibir suas conquistas. Sem a pretensão de generalizar, esses achados nos mostram que, independentemente do nível de sucesso alcançado pelos jogadores que se pesquisa, é possível ter uma visão do cotidiano de utilização das redes sociais por esses profissionais.

As observações proporcionadas pela netnografia realizada nos permitiram notar que as categorias encontradas foram muito semelhantes àquelas identificadas por Carmen Rial em seus estudos antes referidos, com futebolistas em diferentes partes do mundo. Por associação, isso nos permite supor que os futebolistas observados têm feito das redes sociais não só um espaço de lazer, mas um espaço de convivência social e construção cultural. De forma que hoje essas ferramentas digitais podem estar sendo utilizadas como um espaço “existencial”, onde a relação com o meio tem se tornado cada dia mais forte, mais representativa e presente no cotidiano das pessoas.

Possivelmente, foi por isso que encontramos categorias de interpretação semelhantes às encontradas anteriormente, em pesquisas realizadas presencialmente (*off line*). O espaço das redes digitais fez com que o local de encontro dos futebolistas brasileiros se expandisse, para além dos encontros religiosos e ou de festa na casa de algum jogador, para encontros virtuais com os que ficaram no Brasil, expandindo assim também a sua visibilidade.

Desta forma, foi possível encontrar nas interações dos futebolistas em suas redes sociais manifestações de pertencimento e reforço da cultura brasileira, pois aquilo que antes era tratado apenas presencialmente (nas festas) ou mesmo tecnologicamente mediadas mas em particular (ligações telefônicas ou email), agora está disponível para todos que queiram acompanhar; o seu papel como figura pública deixou de se dar só em momentos isolados para se tornar constante, através das redes. Tais considerações abrem perspectivas e indicações para possíveis outros estudos sobre esse universo. A importância dada as TIC's pela sociedade faz com que pesquisas nas redes digitais se tornem cada dia mais relevantes e instigantes, pois a realidade encontrada no mundo digital (*on line*) tem se aproximado cada dia mais da realidade do mundo real (*off*

line), mundos esses que para muitos não apresentam mais uma separação, pois tudo que consomem ou fazem está/acontece nos dois espaços.

REFERÊNCIAS

- ALVARENGA, L. G. DE. Fut-Baal – A Relação entre Futebol e Religião. **Revista Eletrônica Correlatio**, v. 12, p. 98-105, 2007.
- AMARAL, A. Redes sociais, linguagem e disputas simbólicas. **ComCiência**, n. 131, 2011.
- AMARAL, A.; NATAL, G.; VIANA, L. Netnografia como aporte metodológico da pesquisa em comunicação digital. **Comunicação Cibernética**, n. 20, p. 34-40, 2008.
- ANJOS, J. L. DOS; SANETO, J. G.; OLIVEIRA, A. A. Futebol, imagem e profissionalização: a bola rola nos sonhos dos adolescentes. **Movimento**, v. 18, n. 1, p. 125-147, 27 mar. 2012.
- ANTUNES, F. M. R. F. **“Com o Brasileiro não há quem possa!” futebol identidade nacional em José do Rego, Mário Filho e Nelson Rodrigues**. São Paulo: Ed. Unesp, 2004. p. 301
- AUGÉ, M. **Não-lugares: introdução a uma antropologia da supermodernidade**. 3. ed. Campinas, SP: Papyrus, 1994.
- BARTHOLO, T. L. et al. A pátria de chuteiras está desaparecendo? **Revista Brasileira de Ciências do Esporte**, v. 1, n. 32, p. 9-23, 17 nov. 2010.
- BITENCOURT, F. **No reino do quero-quero: corpo e máquina, técnica e ciência em um centro de treinamento de futebol-uma etnografia ciborgue do mundo vivido**. Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina, 2009.
- BITENCOURT, F. G. Esboço sobre algumas implicações do futebol da copa do mundo para o Brasil: Identidade e ritos de autoridade. **Revista Brasileira de Ciências do Esporte**, v. 30, n. 3, p. 174-189, 2009.
- BOURDIEU, P. O interesse do sociólogo. In: BOURDIEU, P. (Ed.). **Coisas ditas por Pierre Bourdieu**. 1. ed. São Paulo: Brasiliense, 2004.
- BRÜGGEMANN, Â. L.; PIRES, G. D. L. **Uma nova imagem/identidade para a seleção brasileira de futebol: estudo a partir da mídia** VI Congresso Sulbrasileiro de Ciências do Esporte.

Anais...Rio Grande: 30 jul. 2012Disponível em:
<[http://rbceonline.org.br/congressos/index.php/6csbce/sul2012/paper/vi
ew/4141](http://rbceonline.org.br/congressos/index.php/6csbce/sul2012/paper/vi
ew/4141)>. Acesso em: 29 abr. 2014

BRÜGGEMANN, Â. L.; PIRES, G. D. L. **Seleção Brasileira e Neymar: uma visão do discruso midiático-esportivo brasileiro**XVIII Congresso Brasileiro de Ciência do Esporte. **Anais...**Brasília: 2013

BUSSO, G. L.; DAOLIO, J. O jogo de futebol no contexto escolar e extraescolar. **Revista Brasileira de Ciência do Esporte**, v. 1, n. 33, p. 69-86, 2011.

CAETANO, S. M.; RODRIGUES, F. X. F. **Modernização do Futebol e a Transferência Internacional de Jogadores Brasileiros**XIV Congresso Brasileiro de Sociologia. **Anais...**Rio de Janeiro: 2009Disponível em:
<[file:///C:/Users/ÂNGELO/Downloads/sbs2009_GT27_Sidney_M_Caet
ano.pdf](file:///C:/Users/ÂNGELO/Downloads/sbs2009_GT27_Sidney_M_Caetano.pdf)>. Acesso em: 29 abr. 2014

CANALES, A. I.; ZLOLNISKI, C. Comunidades transnacionales y migración en la era de la globalización. **Notas de población**, v. 28, n. 73, p. 221-252, 2001.

CAPINUSSÚ, J. M. **A linguagem popular do futebol**. São Paulo: IBRASA, 1988.

CARLEZZO, E. **Lei Pelé, Caso Bosman e o Mercosul**. Disponível em:
<<http://www.egov.ufsc.br/portal/sites/default/files/anexos/30136-30608-1-PB.pdf>>. Acesso em: 21 jun. 2013.

CASARIN, R. V. et al. Modelo de jogo e processo de ensino no futebol : princípios globais e específicos. **Movimento**, v. 3, n. 17, p. 133-152, 2011.

CORNELSEN, E. A memória do trauma de 1950 no testemunho do goleiro Barbosa. **Esporte e Sociedade**, n. 21, 2013.

CORREIA, C. A. J. A bola entre as canetas: trajetória e projeto futebolístico em relatos orais de jovens atletas. **Esporte e Sociedade**, n. 21, p. 1-15, 2013.

DAMATTA, R. **O que Faz o Brasil, Brasil?** 9. ed. Rio de Janeiro: Rocco, 1998.

DAMIANI, I. **A institucionalização do movimento religioso dos surfistas evangélicos de Florianópolis (1982 a 2006)**. Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina, 2009.

DAMO, A. S. Monopólio estético e diversidade configuracional no futebol brasileiro. **Movimento**, v. 2, n. 9, p. 129-156, 2003.

DAMO, A. S. **Do dom à profissão : Uma etnografia do futebol de espetáculo a partir da formação de jogadores no Brasil e na França**. [s.l.] Universidade Federal do Rio Grande do Sul., 2005.

DAMO, A. S. Dom , amor e dinheiro no futebol de espetáculo. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 23, n. 66, p. 139-209, 2008.

DAOLIO, J. **Cultura Educação Física e Futebol**. 3. ed. Campinas,SP: EdUnicamp, 2006.

DAOLIO, J. O Drama do Futebol Brasileiro: uma análise socioantropológica. In: DAOLIO, J. (Ed.). **Cultura: educação física e futebol**. 3. ed. Campinas: EdUnicamp, 2010. p. 107-113.

DELA COLETA, A. DOS S. M.; COLETA, M. F. DELA; GUIMARÃES, J. L. O amor pode ser virtual? o relacionamento amoroso pela internet. **Psicologia em Estudo**, v. 2, n. 13, p. 277-285, 2008.

DUBAR, C. **A socialização: construção das identidades sociais e profissionais**. Tradução Andréa Stahel M. Silva. São Paulo: Martins Fontes, 2005. p. 343

DUENDE, D. bridge-blogger. In: SPYER, J. (Ed.). **Para Entender a Internet - Noções, práticas e desafios da comunicação em rede**. [S.I]: [s.n.]. p. 32-34.

EAGLETON, T. **A Ideia de Cultura**. 2. ed. São Paulo: Ed. Unesp, 2011. p. 208

ESCHER, T. DE A.; REIS, H. H. B. DOS. As relações entre futebol globalizado e nacionalismo. **Revista Brasileira de Ciência do Esporte**, v. 1, n. 30, p. 41-55, 2008.

FRAGOSO, S.; RECUERO, R.; AMARAL, A. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011. p. 239

FREYRE, G. Prefácio. In: **O negro no futebol brasileiro**. Rio de Janeiro: Mauad, 2003. p. 24-27.

GARGANTA, J.; GRÉHAIGNE, J. F. Abordagem sistêmica do Jogo de futebol: moda ou necessidade. **Movimento**, n. 10, p. 40-50, 1999.

GASTALDO, É. A pátria na “imprensa de chuteiras”: futebol, mídia e identidades brasileiras. In: GASTALDO, É.; GUEDES, S. L. (Eds.). **Nações em campo: Copa do Mundo e Identidade Nacional**. Niterói: Intertexto, 2006. p. 87-103.

GEBERA, O. W. T. La netnografía: un método de investigación en Internet. **Educar**, v. 42, p. 81-93, 7 jan. 2008.

GEERTZ, C. **A interpretação das culturas**. 1. ed. Rio de Janeiro: LTC, 1989.

GIULIANOTTI, R. **Sociologia do Futebol: dimensões históricas e socioculturais do esporte das multidões**. São Paulo: Nova Alexandria, 2010. p. 248

GOBBI, M. C.; BERNARDINI, G. Interatividade: um conceito além da internet. **Revista GEMInIS**, v. 1, n. 4 Ano 2, p. 42-56, 2013.

GUEDES, S. Discursos autorizados e discursos rebeldes no futebol brasileiro. **Esporte e Sociedade**, n. 16, p. 1-11, 2011.

GUERRA, R. A. P.; SOUZA, M. . Fatores que influenciam a não profissionalização de jovens talentos no futebol. **Revista Brasileira de Futebol**, v. 01, n. 2, p. 30-37, 2008.

GUTERMAN, M. **O futebol explica o Brasil: uma história da maior expressão popular do país**. São Paulo: Contexto, 2010. p. 270

HALL, S. **A identidade Cultural na Pós-Modernidade**. 11. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2011. p. 101

HELAL, R. Mídia, construção da derrota e o mito do Herói. In: HELAL, R.; SOARES, A. J. G.; LOVISOLO, H. (Eds.). **A invenção do país do futebol: mídia raça e idolatria**. Rio de Janeiro: Mauad, 2001. p. 149-162.

HELAL, R. A construção de narrativas de idolatria no futebol brasileiro. **ALCEU**, v. 7, n. 4, p. 19-36, 2003.

HELAL, R. et al. A construção de um ídolo futebolístico na imprensa: estudo de caso. **Organicom**, v. 15, p. 233-246, 2011.

HELAL, R.; CABO, A. DO; SILVA, C. Pra frente Brasil! Comunicação e Identidade Brasileira em Copas do Mundo. **Esporte e Sociedade**, n. 13, p. 1-21, 2010.

HOBSBAWM, E. Introdução: a invenção das tradições. In: HOBSBAWM, E.; RANGER, T. (Eds.). **A invenção das tradições**. 3. ed. São Paulo: Editora Paz e Terra S/A, 2002. p. 9-24.

LEMONS, C. R. F. Visibilidade mediada: personalização e promoções na cobertura de futebol. **Kinesis**, n. 26, p. 102-121, 30 maio. 2002.

MARTÍN-BARBERO, J. Globalização comunicacional e transformação cultural. In: MORAES, D. DE (Ed.). **Por uma outra comunicação: Mídia, mundialização cultural e poder**. Rio de Janeiro: Record, 2003.

MAUSS, M. **Ensaio Sobre a Dádiva: forma e razão da troca nas sociedades arcaicas**. 1. ed. São Paulo: Cosac Naify, 2013. p. 288

MELO, L. B. S. **Formação e escolarização de jogadores de futebol no estado do Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro: Universidade Gama Filho, 2010.

MENSCH, D. I.; SCHWENGBER, M. S. V. “Jogar bola, Brincar na pracinha e plantar bananeira”: representações sociais de crianças sobre a educação física. **Motrivivência**, n. 32/33, p. 280-295, 2009.

MOLINA NETO, V. Uma experiência de ensino do futebol no currículo de licenciatura em Educação Física. **Movimento**, v. 2, n. 2, p. 29-37, 1995.

NOVELI, M. Do Off-line para o Online: a Netnografia como um Método de Pesquisa ou o que pode acontecer quando tentamos levar a Etnografia para a Internet? **Organizações em contexto**, n. 12, p. 107-133, 2010.

OURLQUES, R. B. G. Futebol Desporto X futebol de rua: existe outra opção de futebol para a escola? **Motrivivência**, p. 277-283, 1995.

PAES, R. V. D. C. Atletas de Cristo no futebol e os sintomas de ansiedade. **Revista Eletrônica em Ciências da Religião**, v. 4, n. 7, p. 95-106, 2013.

PAIVA, C. O habitus do corpo: futebol e negritude no Brasil. **Cadernos de Campo**, n. 2003, p. 89-102, 2013.

PINTO, V. B. et al. “Netnografia”: uma abordagem para estudos de usuários no ciberespaço. **ACTAS**, n. 9, p. 1-10, 2007.

PORTES, A.; DEWIND, J. Un diálogo Transatlántico: el progreso de la investigación y la teoría en el estudio de la migración internacional. In: **Repensando las migraciones Nuevas perspectivas teóricas y empíricas**. secretaria ed. Miguel Ángel Porrúa: [s.n.]. p. 468.

PORTET, X. G. Nuevas tecnologías y fútbol: ¿consumo compulsivo e individualización? **Esporte e Sociedade**, v. 5, n. 2, p. 1-12, 2007.

PRONI, M. W. **Esporte-Espectáculo e Futebol- Empresa**. Campinas: Universidade Estadual de Campinas, 1998.

QUEIROZ, J. M. A Linguagem do futebol: variantes lusitana e variante nacional. **Ideação**, n. 5, p. 85-103, 2003.

RECUERO, R. DA C. **Teoria das redes e redes sociais na internet: considerações sobre o Orkut, os weblogs e os fotologs** VI Encontro dos Núcleos de Pesquisa / XXVII Intercom. **Anais...**Porto Alegre: 2004Disponível em:

<<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/121985795651418859729998795470196200751.pdf>>. Acesso em: 4 nov. 2014

REIS, H.; ESCHER, T. **A relação entre futebol e sociedade: Uma análise histórico-social a partir da teoria do processo civilizador** Simpósio Internacional do Processo Civilizador, IX.

Anais... Ponta Grossa: 2005 Disponível em:

<<http://scholar.google.com/scholar?hl=en&btnG=Search&q=intitle:A+r+elação+entre+futebol+e+sociedade:+Uma+análise+hístico-social+a+partir+da+teoria+do+processo+civilizador#0>>. Acesso em: 29 abr. 2014

RIAL, C. Jogadores brasileiros na Espanha: emigrantes porém... **Revista de Dialectología y Tradiciones Populares**, v. LXI, n. 2, p. 163-190, 2006.

RIAL, C. Jogadores Brasileiros na Espanha : Emigrantes , porém ... **Antropologia em Primeira Mão**, n. 2, p. 7-48, 2006.

RIAL, C. Rodar: a circulação dos jogadores de futebol brasileiros no exterior. **Horizontes Antropológicos**, v. 14, n. 30, p. 21-65, dez. 2008.

RIAL, C. Fronteiras e zonas na circulação global dos jogadores brasileiros de futebol. **Antropologia em Primeira Mão**, v. 109, p. 1-24, 2009.

RIBEIRO, L. C. O futebol no campo afetivo da história. **Movimento**, v. 10, n. 3, p. 99-111, 26 dez. 2007.

RIGO, L.; JAHNECKA, L.; SILVA, I. DA. Notas etnográficas sobre o futebol de várzea. **Movimento**, v. 3, n. 16, p. 155-179, 2010.

RIVA, H. C. A relação entre a cultura e o nascimento de expressões idiomáticas na língua portuguesa brasileira. In: ALVES, I. M. (Ed.). **Estudos lexicais em diferentes perspectivas**. 4. ed. São Paulo: FFLCH/USP, 2014. p. 57-65.

ROCHA, H. P. A. et al. Jovens Esportistas: profissionalização no futebol e a formação na escola. **Motriz. Revista de Educação Física. UNESP**, v. 17, n. 2, p. 252-263, 10 maio. 2011.

ROCHA JR, C. P.; SANTO, F. R. DO E. Futebol em Salvador : o início de uma história (1899-1920). **Movimento**, v. 3, n. 17, p. 79-95, 2011.

ROCHA, P.; MONTARDO, S. Netnografia: incursões metodológicas na cibercultura. **Revista Compós**, v. 1, n. 4, p. 1-22, 2005.

RODRIGUES, F. X. F. Modernidade, disciplina e futebol: uma análise sociológica da produção social do jogador de futebol no Brasil. **Sociologias**, n. 1992, p. 260-299, 2004.

RODRIGUES, F. X. F. O fim do passe e as transferências de jogadores brasileiros em uma época de globalização. **Sociologias**, n. 24, p. 338-380, 2010.

SANTOS, F. X.; PINHEIRO, W. D.; LEÃO, I. C. S. **Habitus e Figuração: o futebol de espetáculo e consumo de produtos estilizados** XXIX Congresso de la Asociación Latinoamericana de Sociología. **Anais...2013** Disponível em:
<http://actacientifica.servicioit.cl/biblioteca/gt/GT23/GT23_dosSantos_DuartePinheiro.pdf>

SASSEN, S. “Immigration and Local Labor Market”. In: PORTES, A. (Ed.). **The Economic Sociology of Immigration**. New York: Fundación Russel Sage, 1995. p. 221-252.

SCHNEIDER, J. Discursos simbólicos e símbolos discursivos: considerações sobre a etnografia da identidade nacional. **Mana**, v. 10, n. 1, p. 97-129, abr. 2004.

SILVA, V. V. A.; TAKEUTI, N. M. “ Romance na web ”: Formas de experimentar o amor romântico num namoro virtual. **Revista Brasileira Sociologias da Emoção**, v. 9, n. 26, p. 398-455, 2010.

SOARES, A. J. G. et al. JOGADORES DE FUTEBOL NO BRASIL: Mercado Formação de Atletas e Escola. **Revista Brasileira de Ciência do Esporte**, v. 33, n. 4, p. 905-921, 2011.

SOUZA, C. A. M. DE et al. DIFÍCIL RECONVERSÃO: FUTEBOL, PROJETO E DESTINO EM MENINOS BRASILEIROS. **Horizontes Antropológicos**, v. 14, n. 30, p. 85-111, 2008.

THOMPSON, J. B. **Ideologia e Cultura nicação de massa**. Tradução Carmen Grisci et al. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998. p. 427

VELHO, G. **Projeto e Metamorforse: antropologia das sociedades complexas**. Rio de Janeiro: Jorge Zahat Ed., 1994. p. 137

VELHO, G. **Individualismo e Cultura: notas para uma antropologia da sociedade contemporânea**. 6. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahat Ed., 1999. p. 149

WACQUANT, L. Esclarecer o Habitus *. **Educação & Linguagem**, n. 16, p. 63-71, 2007.

WAGNER, R. **A invenção da Cultura**. São Paulo: Cosac Naify, 2012.

WILLIAMS, R. **Cultura**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992. p. 239