

O perfil da pesquisa acadêmica sobre futebol, cultura e identidade: um debate sobre os clubes locais

GIL BRACARENSE LEITE

UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE (UFF)

MAXWEL DE AZEVEDO-FERREIRA

UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE (UFF)

O PERFIL DA PESQUISA ACADÊMICA SOBRE FUTEBOL, CULTURA E IDENTIDADE: UM DEBATE SOBRE OS CLUBES LOCAIS

1 INTRODUÇÃO

É notória a importância do futebol não apenas no aspecto esportivo, mas também na sociedade onde ele ocupa espaço relevante na vida das pessoas, de modo que é difícil questionar sua posição atual de destaque na indústria do esporte e como força cultural global. Aliás, como destacam Giulianotti e Robertson (2004), o futebol é o esporte mais popular do mundo pelo menos desde o final do século XIX a partir da sua difusão internacional pelos britânicos. Hoje, sua consolidação abrange sociedades culturalmente diversas em todos os continentes, com dados recentes indicando que as receitas do futebol mundial estão próximas dos US\$ 300 bilhões ao ano e que a final do seu principal torneio, a Copa do Mundo, teve uma audiência global de 1,5 bilhão de telespectadores na edição de 2022 (MÁQUINA DO ESPORTE, 2023).

A representatividade do futebol fica evidente quando se percebe que algumas nações existem no “mundo do futebol”, ainda que não sejam reconhecidas na comunidade internacional. Isso porque, existem 22 localidades que têm associações independentes de futebol e deste modo representação na Federação Internacional de Futebol (FIFA), mas não são reconhecidas como estados autônomos pela Organização das Nações Unidas (SHOBE, 2008).

Em relação ao cenário do futebol, está em curso desde o final dos anos 1990 uma transformação estrutural que envolve não apenas aspectos financeiros, mas também questões sociais e culturais. Pode-se destacar alguns elementos de um processo cada vez mais intenso que Giulianotti (2002) chamou de hipermercantilização do futebol: existência de volumes de capital extraordinários e de fontes completamente novas; intensificação da migração de técnicos e jogadores; proliferação de competições continentais e globais; aumentos astronômicos nos salários de jogadores de elite; novos produtos de mídia para o futebol; e novas e modernas Arenas culminando em uma maior elitização do público presente nos estádios haja vista os ingressos mais caros.

Essa hipermercantilização vem impactando as formas de identificação dos torcedores com os clubes de futebol e refletindo de modo geral na identidade e cultura do esporte. Dado esse cenário relativamente novo, em transformação e ainda com muitos espaços de pesquisa a serem preenchidos é importante organizar o conhecimento para compreender como o estudo dos temas futebol, cultura e identidade em sua relação com clubes de futebol têm se desenvolvido, o que pode ser útil para aqueles que queiram conhecer o tema (e as principais discussões que se ramificam dele), darem prosseguimento ou iniciarem novas pesquisas.

Sendo assim o problema de pesquisa do presente artigo é o seguinte: qual o perfil da produção acadêmica sobre futebol, cultura e identidade relacionada a clubes de futebol? O objetivo geral foi mapear os trabalhos que envolvem os temas futebol, cultura e identidade na base *Web of Science*, selecionando aqueles que de alguma maneira se referem a clubes de futebol. Isso foi feito a partir de um exame bibliométrico, acompanhado de uma análise de conteúdo. Entre os objetivos específicos têm-se: compreender o estado do conhecimento nessa área; identificar tendências e lacunas a serem preenchidas; e discutir o cenário relacionado aos clubes locais. A opção pela Bibliometria, conforme Cândido *et al.* (2021), justifica-se por ela tratar-se de uma estratégia útil para analisar a produção científica de uma área ou recorte do conhecimento, fazendo avançar o estado da arte em determinado campo da ciência.

Os clubes locais são aqueles de menor abrangência, normalmente identificados como clubes de cidades do interior ou de bairro nas grandes capitais e a inserção destes dentro dos

objetivos específicos requer uma explicação. Apesar de se observar um aumento nas publicações sobre futebol, percebe-se que ao analisar o cenário dos clubes estudados nem todos são igualmente contemplados. Muitas das investigações tratam de temas que se adequam aos clubes grandes – de alcance nacional ou global – como internacionalização do futebol, construção de novas arenas, preços elevados dos ingressos, substituição de torcedores tradicionais por consumidores de esporte etc. Já os clubes locais estão alijados do processo de globalização do futebol e, por esse motivo, são pouco lembrados. Isso é ainda mais comum em países como o Brasil, onde não há a cultura de apoiar os clubes locais, sendo notoriamente conhecida a preferência dos torcedores pelos clubes das grandes capitais.

O trabalho está estruturado da seguinte maneira após essa introdução. A seção 2 aborda o referencial teórico sobre futebol, cultura e identidade. A seção 3 trata da metodologia da análise bibliométrica. Os resultados e a discussão sobre o cenário dos clubes locais estão na seção 4. Por fim, tem-se a conclusão do artigo na seção 5.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

No cenário atual do futebol global, envolvendo movimentação financeira crescentes desde os anos 1990, alguns trabalhos surgiram discutindo a mudança na identidade e cultura deste esporte. Há uma diversidade de temas que vem sendo motivo de preocupação, tais como: violência; alto valor dos ingressos; afastamento do torcedor tradicional substituído pelo torcedor consumidor; poder político através do esporte; machismo, homofobia e racismo.

Clark (2006) lembra que os primeiros estudos sobre identidade e cultura no futebol tratavam majoritariamente do debate sobre *hooligans* e violência. A partir da virada do milênio o futebol começa a abranger uma gama distinta de abordagens e interesses fenomenológicos, refletindo indubitavelmente a complexidade e o tamanho do esporte atualmente.

Um dos pioneiros foi Giulianotti (2002) que estudou o fato de que os tradicionais torcedores da classe operária estavam sendo afastados dos estádios devido à crescente mercantilização do futebol, e substituídos por consumidores mais interessados no entretenimento. O autor identificou quatro tipos de identidades de torcedores que podem ser encontradas no mundo contemporâneo do futebol. Tapp e Clowes (2002) também estudaram diferentes identidades de torcedores e confirmaram a visão de que estes estão se movendo para uma mistura heterogênea de classes sociais, inclusive com um número crescente de mulheres.

Giulianotti e Robertson (2004) se voltaram particularmente à globalização do futebol e identificaram a existência de clubes transnacionais – como Manchester United (ING), Juventus (ITA) e Bayern de Munique (ALE) – com comunidades globais de torcedores. Além de uniformes e mercadorias específicas de futebol, esses clubes comercializam diversos produtos de submarcas, como alimentos, material escolar e utensílios domésticos.

Analisando mais restritamente como o cenário em transformação influenciou os cantos dos torcedores nos estádios, Clark (2006) destaca que após a década de 1990, a redução na disponibilidade de assentos e na capacidade dos estádios (por normas de segurança), juntamente com um aumento na demanda, fez os preços dos ingressos dispararem. Nesse contexto, o autor enumera duas consequências: 1) exclusão daqueles tradicionalmente associados ao comportamento festivo que não podiam pagar pelos ingressos; 2) aqueles que desejavam cantar encontravam-se cada vez mais isolados devido às políticas de marcação de assentos rigorosamente aplicadas.

Shobe (2008) destacou o surgimento de trabalhos analisando o esporte e a construção social de identidades. Em sua pesquisa, considerou como clubes de futebol estão envolvidos na construção de identidades nacionais, explicitando as conexões entre esporte, identidade e

lugar tendo como estudo de caso o Barcelona e região da Catalunha, na Espanha. Para o autor, o futebol é uma das instituições culturais envolvidas nos processos econômicos e políticos que moldam sociedades em todo o mundo.

Em resposta à hipermercantilização do futebol ficou famoso nos últimos anos o slogan “Contra o futebol moderno”, debatido em Numerato (2015), para quem esta frase representa simbólica e verbalmente o descontentamento de torcedores com os recentes desdobramentos do esporte. Há um vasto conjunto de temas que são vistos por estes torcedores como veículos que transformaram uma “paixão autêntica em um negócio neoliberal”, podendo destacar: modernização excludente das instalações desportivas; aumento dos custos de assistir aos jogos; jogos exclusivos em canais pagos e com horários baseados nas necessidades da mídia; exagero no controle policial e ferramentas de vigilância entre torcedores; e quebra da tradição das comunidades locais devido ao empreendedorismo multinacional.

Neste cenário de mudança e reflexão, Lawrence (2016) apresenta uma discussão detalhada sobre cultura e comunidade à luz do futebol, se utilizando de observações sobre um pequeno clube inglês da região industrial do Black Country (Walsall FC). Para o autor, os clubes de futebol são “artefatos socioculturais interessantes” através dos quais se podem explorar identidades baseadas no lugar.

Vários outros vieses de pesquisa são encontrados dentro de trabalhos como os citados nessa seção. Uma consequência da mercantilização do futebol comumente analisada ao se estudar a cultura e identidade dos clubes de futebol é a mudança dos velhos, mas, tradicionais estádios para modernas arenas que desagradam alguns mais fanáticos devido ao aspecto frio. É possível ver em Lawrence (2016) depoimentos de torcedores citando a perda da atmosfera após a mudança para um novo estádio. Também se vê nestes trabalhos aspectos negativos serem discutidos como, por exemplo, práticas e costumes excludentes que ainda persistem nos estádios. Para Numerato (2015), a resistência ao futebol moderno pode inibir a diversidade em determinados casos e potencializar a reprodução da homofobia e dos estereótipos de gênero.

No Brasil pode-se destacar dois livros publicados na última década que abordam a identidade e cultura do futebol. Mascarenhas (2014) aborda a chegada e consolidação do futebol no Brasil e seus aspectos sociais, espaciais e culturais, sendo um dos pioneiros e mais prolíficos autores a estudar o tema. E Santos (2017) destaca, entre outros tópicos, como a construção das novas arenas afetou a tradicional cultura do torcedor.

No que tange à utilização da bibliometria, foram encontradas algumas referências relacionadas ao futebol. Ensslin *et al.* (2012) fizeram um levantamento de artigos que tratam da violência e segurança nos estádios. Com foco em trabalhos que tratam da contabilidade dos clubes de futebol, foram encontrados dois artigos: Nazi e Drews (2017) e Pereira e Cajaíba (2018). E Andrade e Ramos (2015) fazem uma análise mais abrangente discutindo sobre o futebol ser paixão ou negócio e comparando as publicações das áreas de ciências sociais com administração. De todo modo, nenhum destes traz o direcionamento dado posteriormente neste trabalho debatendo a ótica dos clubes locais.

3 METODOLOGIA

Para alcançar o objetivo geral desta pesquisa, utilizou-se da Bibliometria, que é um estudo quantitativo descritivo (Donthu *et al.*, 2021) capaz de mapear a produção científica e evidenciar as nuances do campo de estudo e as lacunas de conhecimento científico (Zupic & Čater, 2015; Donthu *et al.*, 2021).

Os procedimentos metodológicos utilizados foram os propostos por Zupic e Čater (2015), apresentados na Tabela 1.

Tabela 1: Procedimentos metodológicos da pesquisa

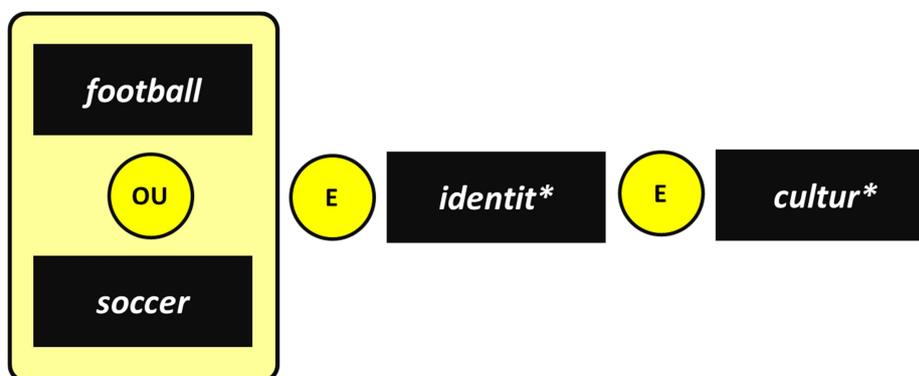
Etapa	Ação	Seleção
1	Delimitação da pesquisa	Futebol, identidade e cultura no contexto dos clubes.
2	Seleção da base de dados	<i>Web Of Science</i> (WoS) - por ser abrangente e multidisciplinar (Visser <i>et al.</i> , 2021)
3	Seleção do tipo de documento	Artigos completos
4	Limpeza, organização e análise dos dados com auxílio software apropriado	Utilizou-se o software VantagePoint, Excel e UCInet; removeu-se artigos duplicados e que não faziam parte do escopo deste trabalho.
5	Produção da visualização dos dados	Foi realizada a produção de gráficos, tabelas e imagens utilizando os softwares VantagePoint, Excel e UCInet.
6	Realização da interpretação dos dados	Interpretação realizada conforme teoria apresentada no referencial teórico deste trabalho e indicadores de Macias-Chapula (1998).

Fonte: Elaborado pelos autores com base em Zupic e Čater (2015)

Tomando como base a delimitação da pesquisa exibida na Tabela 1 a estratégia de busca dos artigos foi realizada conforme os termos e operadores booleanos apresentados na Figura 1.

Optou-se por buscar nos títulos, resumos e palavras-chave dos documentos a palavra *Football* ou a palavra *Soccer*; juntamente com elas deveria haver as palavras *Identit** e a palavra *Cultur**. O símbolo asterisco foi utilizada para que o motor de busca da WoS pudesse encontrar as variações dessas palavras, como por exemplo, o plural.

Figura 1: Estratégia de busca



Fonte: Elaborado pelos autores com base nos dados da pesquisa.

A busca foi realizada sem delimitação temporal, uma vez que se desejava resgatar todas as publicações sobre o tema. Logo, foram encontrados em um primeiro momento 545 documentos em pesquisa feita no dia 03 de dezembro de 2022.

Para que este estudo pudesse representar com fidelidade a temática futebol, cultura e identidade no contexto dos clubes de futebol, foi realizada a leitura dos resumos dos 545 trabalhos e selecionados apenas 111 artigos publicados e indexados na base da WoS.

Como critério de seleção, foram excluídos os que tratavam de outros esportes, como futebol americano. E, considerando o objeto de estudo deste trabalho, dentro do tema foram considerados somente artigos que tratam de futebol, identidade e cultura relacionados de alguma forma com clubes e/ou suas localidades. Não necessariamente procurou-se de forma específica por trabalhos que tratassem da “identidade de clubes”, pois, poderia ser bastante restrito, mas, trabalhos como um todo que tratam das palavras-chave e as relacionam de alguma forma em debates envolvendo clubes de futebol. De início não foi feita nenhuma restrição ao tipo e alcance de clube, para que se pudesse ter conhecimento do cenário completo de publicações que tratam da identidade e cultura no futebol. Mais à frente, tendo essa base de comparação, serão especificados e tratados em maior detalhe os trabalhos que abordam identidade e cultura relacionadas a clubes locais.

Após a definição do conjunto de documentos a serem utilizados nessa pesquisa, fez-se a limpeza, organização e padronização dos dados com o auxílio dos softwares VantagePoint, Excel e UCInet.

Para a análise dos dados considerou os indicadores bibliométricos propostos por Macias-Chapula (1998), quais sejam: (1) Número de trabalhos - refere-se ao quantitativo de trabalhos ao longo dos anos; (2) Coautoria - refere-se às publicações em conjunto de autores, países e organizações; (3) Número de citações - identificação dos trabalhos mais citados na área; (4) Mapas dos campus científicos - refere-se às temáticas transversais abordadas, identificadas nos trabalhos por meio de palavras-chaves.

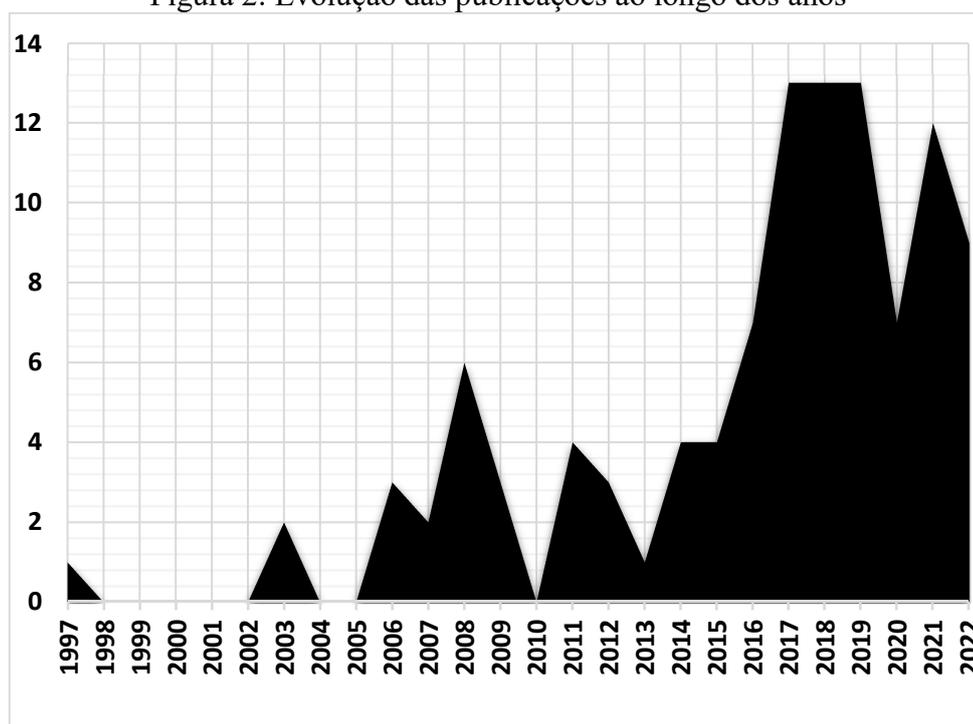
4 RESULTADOS

4.1 Análise bibliométrica

A Figura 2 apresenta a evolução da quantidade de publicações ao longo dos anos. Percebe-se que as publicações sobre o tema tiveram início ainda em pouco volume ao final dos anos 1990, mas somente a partir de 2011 é que se tornaram constante em todos os anos. Há um destaque para os anos recentes de 2017, 2018 e 2019, onde atingiu-se o auge quantitativo sobre o tema, com 13 publicações em cada um.

Observou-se uma queda em 2020 e 2021 após um período mais prolífico, o que pode ter sido reflexo da pandemia que causou a interrupção de atividades acadêmicas e eventos esportivos no mundo. Ressalta-se que o ano de 2022 estava em curso no momento da busca na base de dados, logo, novos artigos ainda podem ser incorporados.

Figura 2: Evolução das publicações ao longo dos anos



Fonte: Resultados da pesquisa

Em relação à autoria, foram identificados 154 autores publicando sobre o tema, contudo, não foi possível observar ainda um autor ou grupo de referência na área, o que é um indicativo de tema relativamente novo e emergente. Os autores que aparecem com mais frequência publicaram somente 3 artigos, como se vê na Tabela 2 que reúne os dez mais bem posicionados. Cabe destacar que, devido à coautoria, um mesmo artigo pode contar para mais de um autor. Em relação ao idioma, conforme o esperado há uma significativa dominância do inglês, com cerca de 83% de todos os trabalhos publicados. Em segundo, mas distante, aparece o idioma espanhol com 10%.

Tabela 2: Autores que mais publicam sobre o tema

Autores	# Registros
Armstrong, Gary	3
Giulianotti, Richard	3
Knijnik, Jorge	3
Kossakowski, Radoslaw	3
Delgado, Angel Acuña	2
Gomez, Guillermo Acuña	2
Al Ganideh, Saeb Farhan	2
Cleland, Jamie	2
Jensen, Ole	2
Lawrence, Stefan	2

Fonte: Resultados da pesquisa

Observando na Tabela 3 a afiliação dos autores dos artigos selecionados, percebe-se que o maior destaque é a *Loughborough University* (localizada no Reino Unido), com 5 publicações sobre o tema. Em segundo, com 3 publicações cada, estão: *University of Leicester*

(Reino Unido); *University of Gdansk* (Polônia); e *Western Sydney University* (Austrália). As demais instituições – não presentes na tabela e que são a grande maioria (116 no total) – tiveram 1 ou 2 publicações. A maior presença do Reino Unido era de certa forma esperada dado o histórico de publicações sobre futebol oriundas daquele país, além da conhecida identidade existente entre população e clubes locais nas mais diversas divisões. De todo modo, assim como no caso dos autores, percebe-se que ainda há significativa dispersão. Cabe destacar novamente que um mesmo artigo pode ter sido publicado em coautoria com mais de uma Universidade.

Tabela 3: Afiliação dos autores

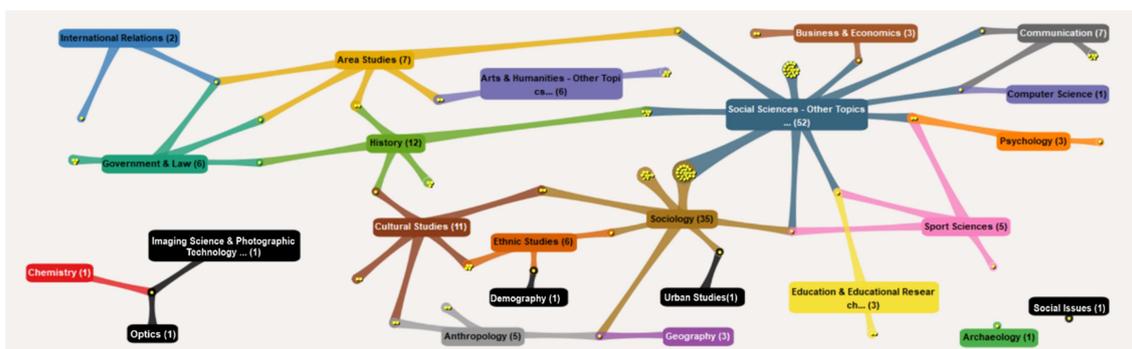
Organização	# Registros
Loughborough University	5
Univ. Leicester	3
Univ. Gdansk	3
Western Sydney University	3

Fonte: Resultados da pesquisa

Em relação à colaboração entre as organizações, existem poucas compondo uma única rede. Contendo cinco colaborando em coautoria, a rede com mais organizações é composta por *Western Sydney University* (Austrália); *University of Amsterdam* (Holanda); *La Trobe University* (Austrália); *University of Oxford* (Reino Unido) e *Victoria University* (Austrália). As brasileiras UFGD, UFMS e UNICAMP compõem a rede mais numerosa com organizações do país. Pode-se supor que as redes pouco complexas indicam que os estudos sobre o tema estão em fase inicial ou que são estudos locais.

Na Figura 2 pode-se observar um total de 24 áreas que mais estudam o assunto. Pode-se dizer que se trata de uma tema interdisciplinar, porém, destacam-se as Ciências Sociais (n=52 publicações), Sociologia (n=35), História (n=12) e Estudos Culturais (n=11). Ademais, pela quantidade de ramificações, nota-se que é um tema que conecta múltiplas áreas de estudo, tornando-se, portanto, multidisciplinar. Cabe destacar que um mesmo artigo pode estar classificado em mais de uma área, de modo que o somatório do quantitativo da área excede o quantitativo total de artigos.

Figura 2: Áreas que estudam o assunto (Redes)



Fonte: Resultados da pesquisa

Por sua vez, tendo por base a localização, a Tabela 4 e Figura 3 mostram os países que mais publicaram sobre o tema (restringindo-se aos 5 primeiros, na tabela). No total, somente 30 dos 196 países do mundo publicam sobre o tema, o que equivale a 15,3%. Como já havia

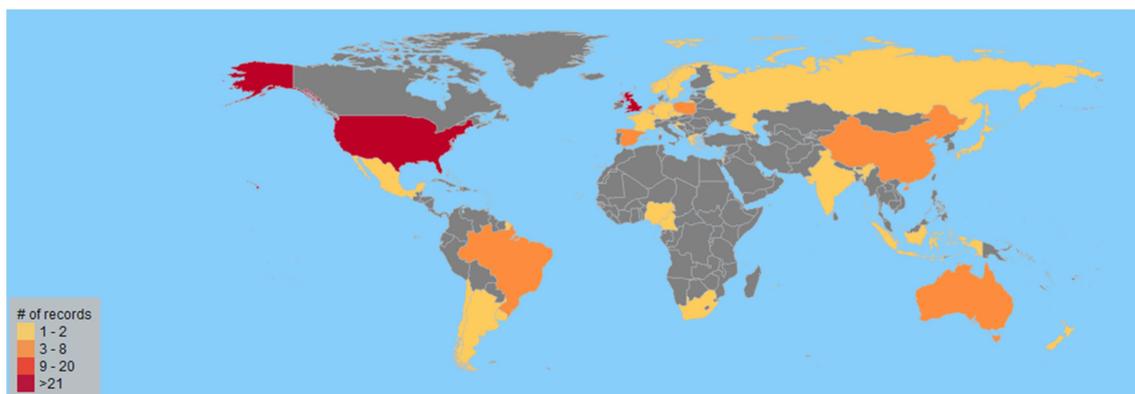
vido citado, destaca-se o Reino Unido com 41 publicações (36,93% dos 111 trabalhos), dessas, 36 foram sem coautoria com outros países. Também há um bom número nos Estados Unidos, que figuram em segundo lugar com 23 publicações (sendo 19 sem a participação de outros países). Ainda que distante dos dois primeiros, o Brasil também está entre os que mais publicaram, com 6 publicações e todas sem colaboração internacional.

Tabela 4 – Países que mais publicaram

Países	# Registros
Reino Unido	41
Estados Unidos	23
Espanha	7
Brasil	6
Austrália	5

Fonte: Resultados da pesquisa

Figura 3 – Países que mais publicaram (Mapa)

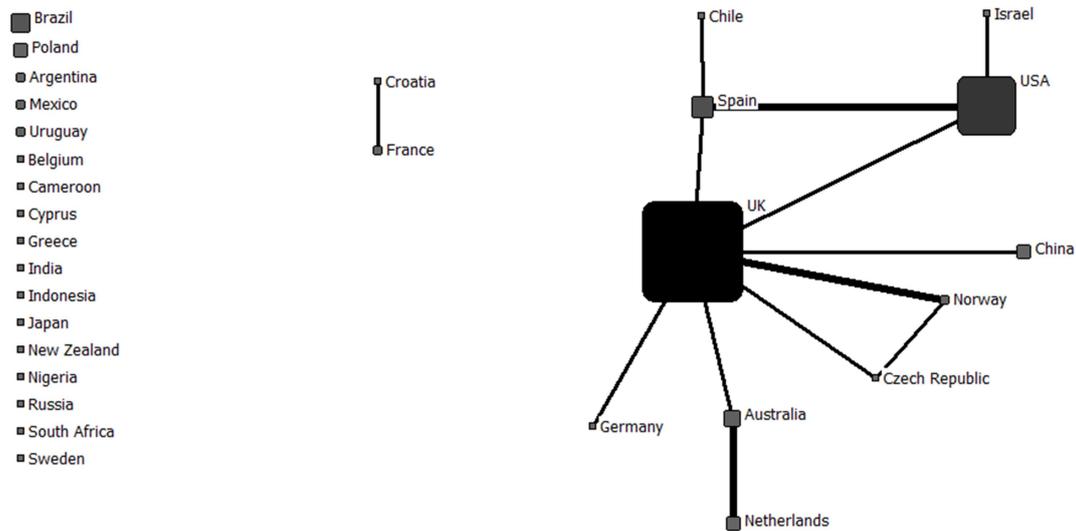


Fonte: Resultados da pesquisa

A Figura 4 mostra a forma como os países estão conectados. O tamanho dos nós indica a quantidade de publicações que o país teve sobre o tema e a espessura dos laços indica a quantidade de publicações conjunta entre os países. Vê-se que o Reino Unido (UK) é um nó importante para a rede, pois é o país que mais tem publicações sobre o tema e o que se conecta com diversos países (n=10). Dos 30 países que publicaram sobre o tema, 13 tem coautoria internacional e 17 publicaram somente internamente.

De um modo geral, a análise com base nos resultados dos países expostas nas Figuras 3 e 4 evidencia um baixo número de países publicando sobre o tema e uma escassa publicação internacional entre países. Tais fatores podem indicar novamente que se trata de uma área de pesquisa emergente. Além disso, a baixa conectividade entre os países pode indicar que é uma área de pesquisa voltada a estudar fenômenos regionais e particulares.

Figura 4 – Conexão entre os países



Fonte: Resultados da pesquisa

A Tabela 5 mostra os principais periódicos – restringiu-se aos 6 primeiros de um total de 70 – onde os artigos sobre o tema estão sendo publicados. Em consonância com o que foi visto nas áreas de destaque, vê-se que os periódicos com mais registros têm no título as palavras sociologia ou sociedade.

Tabela 5 – Periódicos onde os artigos sobre o tema estão sendo publicados

Nome da publicação	# Registros
INTERNATIONAL REVIEW FOR THE SOCIOLOGY OF SPORT	9
SOCCER & SOCIETY	7
SPORT IN SOCIETY	7
INTERNATIONAL JOURNAL OF THE HISTORY OF SPORT	5
JOURNAL OF SPORT & SOCIAL ISSUES	5
IDENTITIES-GLOBAL STUDIES IN CULTURE AND POWER	4

Fonte: Resultados da pesquisa

Por meio da análise das palavras-chave é possível observar os temas relacionados à pesquisa. Tanto na Tabela 6 quanto na nuvem de palavras (Figura 5), estão as palavras-chave utilizadas no grupo de artigos com mais de 2 ocorrências (na Tabela apresentou-se apenas até 3 ocorrências, pois, o número de palavras com 2 ocorrências é consideravelmente grande), sendo descartadas as palavras utilizadas na busca (*football*, *identity* e *culture*).

Observa-se que nas pesquisas sobre futebol, identidade e cultura os temas que margeiam a temática estudada são em destaque: *Sport* (Esporte), *Fans* (Torcedores), *Nationalism* (Nacionalismo), *Masculinity* (Masculinidade), *Community* (Comunidade), *Fandom* (Fã-clube), *Racism* (Racismo) e *Violence* (Violência). As palavras *Scotland* e *Territory* podem indicar a presença de estudos regionalizados. A Escócia foi o país com mais ocorrências (4) e de fato a relação dos seus principais clubes de futebol (Celtic e Rangers) com diferenças de identidade oriundas da orientação religiosa (católicos x protestantes) – e que muitas vezes se tornaram um problema de violência – é bastante conhecida e estudada, como em Bradley (2022). O único clube que apareceu nos resultados (2 ocorrências) foi o

Milwall, clube de bairro de Londres conhecido e estereotipado por ter torcedores violentos estudado, por exemplo, em Jensen (2023a).

Tabela 6 – Palavras-chave relacionadas à pesquisa

Palavras-chave	# Registros
Sport	16
fans	7
fandom	6
nationalism	6
community	5
Masculinity	5
Football fandom	4
Racism	4
Scotland	4
Territory	4
violence	4
ethnography	3
fan culture	3
hooliganism	3
politics	3
popular culture	3
ritual	3
social identity	3

Fonte: Resultados da pesquisa

Figura 5 – Nuvem de palavras relacionadas à pesquisa



Fonte: Resultados da pesquisa

Na Tabela 7 estão os artigos mais citados no grupo dos trabalhos selecionados, de modo que podem ser vistos como a literatura básica que dá suporte ao tema deste trabalho. Considerou-se apenas aqueles com mais de 5 citações. O Artigo “*Supporters, Followers, Fans, and Flaneurs: A Taxonomy of Spectator Identities in Football*” de autoria de Richard Giulianotti é o mais citado no grupo de artigos selecionados, com 24 citações. Um destaque considerável que o coloca em uma posição de obra referência sobre o tema. De fato (como visto na Tabela 1), este autor também está entre os nomes que mais publicaram sobre o tema e

foi um dos pioneiros a estudar a questão da identidade e cultura do futebol com a publicação do livro “Sociologia do Futebol” em 2002.

Entre os artigos mais citados, quatro abordam clubes específicos. Dois sobre clubes grandes (neste caso, gigantes mundiais): Barcelona, da Espanha, e Manchester United, da Inglaterra. E dois sobre pequenos clubes ingleses: Scunthorpe United e Walsall FC.

Tabela 7 – Artigos mais citados

Ranking	Referência completa	Quantidade de citações
1	Giulianotti, R. (2002). Supporters, Followers, Fans, and Flaneurs. <i>Journal of Sport and Social Issues</i> , 26(1), 25–46. doi:10.1177/0193723502261003 10.1177/0193723502261003	24
2	Clark, T. (2006). “I’m Scunthorpe ’til I die’: Constructing and (Re)negotiating Identity through the Terrace Chant. <i>Soccer & Society</i> , 7(4), 494–507. doi:10.1080/14660970600905786 10.1080/14660970600905786	9
3	Armstrong, G., & Young, M. (1999). Fanatical football chants: Creating and controlling the carnival. <i>Culture, Sport, Society</i> , 2(3), 173–211. doi:10.1080/14610989908721852	8
4	Giulianotti, R., & Robertson, R. (2004). The globalization of football: a study in the glocalization of the “serious life.” <i>The British Journal of Sociology</i> , 55(4), 545–568. doi:10.1111/j.1468-4446.2004.00037.x	8
5	Numerato, D. (2014). Who Says “No to Modern Football?” Italian Supporters, Reflexivity, and Neo-Liberalism. <i>Journal of Sport and Social Issues</i> , 39(2), 120–138. doi:10.1177/0193723514530566	8
6	Shobe, H. (2008). Football and the politics of place: Football Club Barcelona and Catalonia, 1975–2005. <i>Journal of Cultural Geography</i> , 25(1), 87–105. doi:10.1080/08873630701822661 10.1080/08873630701822661	6
7	Giulianotti, R. (2005). Sport Spectators and the Social Consequences of Commodification. <i>Journal of Sport and Social Issues</i> , 29(4), 386–410. doi:10.1177/0193723505280530	6
8	Nash, R. (2000). CONTESTATION IN MODERN ENGLISH PROFESSIONAL FOOTBALL. <i>International Review for the Sociology of Sport</i> , 35(4), 465–486. doi:10.1177/101269000035004002	6

Fonte: Resultados da pesquisa

4.2 Discussão sobre clubes locais

Dentre os trabalhos selecionados observa-se diferentes dimensões de clubes de futebol analisados. Um grupo que desperta interesse é o dos clubes locais, que são aqueles de menor abrangência normalmente restritos às cidades do interior ou bairros nas grandes capitais. Ou, de maneira oposta, são aqueles que não têm alcance nacional e tampouco global. Tais clubes enfrentam inúmeros obstáculos financeiros, como por exemplo: dificuldade em atrair patrocínios relevantes e duradouros; não conseguem cobrar valores elevados de ingressos (pelo contrário); têm pouco espaço na mídia e muitos dos seus jogos não são transmitidos, entre outros entraves que por muitas vezes é atenuado apenas pelo forte vínculo da comunidade que os cercam.

O filtro dos clubes locais não foi aplicado inicialmente na pesquisa por duas razões: para que pudesse ser feita uma comparação quantitativa com os demais e devido à baixa quantidade de estudos destinados a eles, já que dos 111 trabalhos selecionado apenas 16 tratam diretamente desse universo. Destes, destaca-se o Reino Unido com 6 publicações, seguido da Espanha com 3. O Brasil está na lista, mas com somente 1 trabalho. Portanto, pode-se inferir que a cultura e a identidade no âmbito exclusivo dos clubes locais são pouco

estudadas, mesmo se tratando de agremiações com papel relevante em suas respectivas comunidades.

Como aponta Clark (2006), grande parte das pesquisas realizadas focou em clubes grandes, vitoriosos e situados nas cidades mais populosas, citando especificamente o Manchester United como exemplo inglês. Poucos estudos se concentraram nas cidades menores e seus clubes distantes do topo, comuns às ligas inferiores. Para o autor, considerando o cenário dos clubes locais, ainda que individualmente cada um tenha seus próprios problemas, o estudo de um deles deve ser capaz de transcender esse ambiente local para fornecer informações sobre questões mais abrangentes.

Em uma justificativa para estudá-los, Lawrence (2016) destaca que nos clubes locais, muitos deles consistentemente fora das primeiras divisões, as comunidades de torcedores experimentam a relação de fã de futebol de forma única, tanto espacial quanto culturalmente. Destaca, ainda, que é particularmente importante explorar empiricamente as comunidades de torcedores pertencentes a clubes de futebol menores, devido à escassez de literatura sobre o assunto e para entender melhor como os processos de neoliberalização e a globalização cultural e econômica afetam as comunidades e as identidades locais.

De fato, a globalização financeira não atingiu todos os clubes de forma igualitária. Enquanto as grandes e populares agremiações têm se beneficiado, os clubes locais se veem alijados deste processo. E essa disparidade se reflete também nos estudos, pois, ainda que muitos trabalhos não declarem abertamente, os temas abordados já fazem automaticamente esse direcionamento.

Por exemplo, Giulianotti (2002) cita: clubes com grande difusão de informações e imagens; fãs que têm uma relação orientada pelo consumo de mercadorias personalizadas e dá exemplo de torcedores que buscam os times da moda ou mais vitoriosos. Definitivamente não são discussões que se adequam aos clubes locais. O mesmo pode ser ver em Numerato (2015), que aborda o protesto de grupos de torcedores contra o impacto da mídia de massa em relação a horários ruins de transmissão dos jogos e a influências nos campeonatos. Também não é um tópico para os clubes locais, que mal têm seus jogos transmitidos.

Por que estudar a relação do futebol com o local? Para Shobe (2006), é útil considerar a conexão entre esporte e lugar, pois permite examinar significados e identidades que as pessoas escolhem para si mesmas. Examinar o esporte oferece uma janela importante para a construção e reprodução de identidades coletivas e representações de lugares. Mas, é importante frisar que o próprio grupo dos clubes locais é bastante heterogêneo entre os países. Enquanto em alguns países – como no Reino Unido – parece haver a consciência de que independentemente do desempenho, os clubes locais devem ser apoiados pelo simples fato de serem o time da comunidade, em outros – como o Brasil – o fato de não serem vitoriosos, faz muitos desses clubes serem abandonados.

Isso pode ser visto diretamente em Lawrence (2016) que, estudando especificamente o pequeno Walsall FC, afirma que o apoio não é algo momentâneo relacionado a vitórias e performance, é uma alegria do senso coletivo de identidade baseada no lugar, vivido através das comunidades do futebol.

Em um direcionamento interessante, Clark (2006) destaca alguns atrativos dos clubes locais, o que vem sendo popularmente chamado de “futebol raiz”. Enquanto os torcedores dos clubes grandes sofriam diversas restrições em seus estádios (preço, assento marcado, controle, movimentação restrita etc.), a experiência do dia de jogo dos torcedores do Scunthorpe United e muitos outros clubes de divisões inferiores permaneceu relativamente inalterada. Em destaque: sem política de assentos marcados, os torcedores ainda podem se movimentar com relativa autonomia em suas arquibancadas; como não há aumento na demanda por um recurso “em excesso”, os preços permaneceram relativamente acessíveis para todos os interessados e

liberdade para se movimentar no estádio ajuda a criar a atmosfera, pois, os torcedores que desejam cantar podem ficar juntos.

Lawrence (2016) traz alguns depoimentos de torcedores que mostram a importância de um clube de futebol para uma cidade. Há declarações, por exemplo, dizendo que ninguém conheceria o lugar se não fosse pela existência do clube de futebol ou que o clube dá identidade à cidade e que ele é tão importante ou mais do que qualquer outra coisa. Parece algo simples, mas, um clube de futebol de fato carrega muito do senso de pertencimento local.

Por fim, fazendo um breve resumo dos 16 artigos identificados que tratam dos clubes locais. Dos 6 trabalhos sobre o Reino Unido: Jensen (2023a; 2023b) aborda o Millwall FC; Williams (2018) e Xu (2019) tratam do Leicester FC; Wood e Gabie (2011) estudaram o Middlesbrough FC; e Lawrence (2016) estudou o Walsall FC. Nos 3 trabalhos de clubes espanhóis, Delgado e Gomez (2017; 2018) estudaram o Granada FC; e Herrero-Andreu e García-Jimenez (2020) analisaram o Real Murcia. Na Argentina, Luna (2021) trata do clássico local entre os times da cidade de Jujuy e Horowitz (2014) estudou os times de bairro de Buenos Aires. No Uruguai, Moggi (2021) analisa o Racing de Montevideo e Machado e Pereyra (2021) estudaram o futebol na cidade de San Carlos. Fechando a lista com os países que publicaram 1 artigo sobre o tema: Verriet (2019) trata do clássico holandês entre Vitesse Arnhem and NEC Nijmegen. Guerrero (2021) analisou o clube mexicano Leones Negros de Guadalajara e, por fim, tem-se a Chapecoense-SC no Brasil, estudada por Campos (2018).

5 CONCLUSÃO

O presente trabalho teve o objetivo de mapear as produções acadêmicas sobre o tema futebol, cultura e identidade relacionados a clubes de futebol na base *Web of Science*, o que foi feito a partir de um exame bibliométrico, acompanhado de uma análise de conteúdo de um total de 111 artigos selecionados. O futebol e os esportes como um todo foram por muito tempo negligenciado como tema de pesquisa acadêmica, tendo sua importância cultural e econômica ignoradas. Como ainda há muitos espaços de pesquisa a serem contemplados a bibliometria pode ajudar a organizar o conhecimento para compreender como o estudo sobre esta temática tem se desenvolvido, além de estimular novos trabalhos.

Como resultado, foi visto que há desafios a serem superados como o baixo número de publicações (ainda que em crescimento) e a concentração em poucos países, já que os estudos ainda estão bastante presentes e influenciados pelo Reino Unido, que pode ser considerado uma referência atual sobre o tema. E, como resultado mais específico, destaca-se a exígua quantidade de trabalhos discutindo o cenário dos clubes locais que são excluídos do processo de globalização do futebol, enfrentando significativos obstáculos financeiros.

Em muitos desses clubes locais percebe-se que o apoio recebido independe de resultados favoráveis e desempenho, estando mais vinculados à profunda conexão e identidade presentes na relação entre clube e comunidade. Vale dizer que essa cultura do torcedor não é predominante na maior parte do Brasil, onde a população prefere torcer para os grandes clubes das capitais ao invés de apoiar a agremiação que representa sua localidade.

O direcionamento dado neste artigo aos clubes locais está longe de esgotar o tema. De tal forma que se deixa como sugestão para novos estudos uma busca mais ampla por trabalhos que tratem de clubes menores para que se possa construir um cenário mais abrangente. Para isso, seria benéfica também a diversificação de clubes e locais de modo a descrever e comparar características de regiões e países distintos.

Uma análise bibliométrica pode ser o ponto de partida para estimular trabalhos sobre futebol, cultura e identidade relacionadas a clubes de futebol, pois, ainda há pouca pesquisa acadêmica a respeito, inclusive no Brasil. E, em relação ao debate iniciado sobre clubes locais, que possa servir para incentivar uma maior reflexão de estudiosos e da população

como um todo, o que pode ajudar a criar uma maior identidade local, com reflexos positivos sobre as respectivas comunidades.

6 REFERÊNCIAS

ANDRADE, D. C. T.; RAMOS, H. R. Futebol: paixão ou negócios? Uma análise da produção científica mundial. **PODIUM - Sport, Leisure and Tourism Review**, v. 4, n. 3, p. 169-184, 2015.

BRADLEY, J. M. British colonialism, Ireland and the 'old firm': postcolonial identities and contemporary Scottish football and society. **Postcolonial Studies**, v. 25, n. 4, p. 489-507, 2022.

CAMPOS, F. R. G. Modificações nos espaços percebido, concebido e vivido em Chapecó-SC devido à Associação Chapecoense de Futebol no período de 2014 a 2016. **Geosul**, v. 33, n. 68, p. 366-394, 2018.

CÂNDIDO, C. M.; FERREIRA, M. A.; OLIVEIRA, A. P. D.; ASSIS, M. R. D. Educação Física e mídia: estudo bibliométrico na Web of Science de 1945-2019. **Movimento**, v. 27, p. e27024, 2021.

CLARK, T. 'I'm Scunthorpe'til I die': Constructing and (re) negotiating identity through the terrace chant. **Soccer & Society**, v. 7, n. 4, p. 494-507, 2006.

DELGADO, A. A.; GOMEZ, G. A. Myths, Rites, Identity and Alterity in a Football Stadium. **Revista de Dialectologia y Tradiciones Populares**, v. 72, n. 2, p. 505-526, 2017.

_____. Values of football spectacle at the stadium: a case study. **RETOS - Nuevas Tendencias en Educacion Fisica, Deporte y Recreacion**, v. 33, p. 96-101, 2018.

DONTHU, N.; KUMAR, S.; MUKHERJEE, D.; PANDEY, N.; LIM, W. M. How to conduct a bibliometric analysis: An overview and guidelines. **Journal of Business Research**, v. 133, p. 285-296, 2021.

ENSSLIN, L; ENSSLIN, S. R.; PACHECO, G. C. Um estudo sobre segurança em estádios de futebol baseado na análise bibliométrica da literatura internacional. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v. 17, n. 2, p. 71-91, 2012.

GIULIANOTTI, R. Supporters, followers, fans and flaneurs. A taxonomy of spectator identities in football. **Journal of Sport and Social Issues**, v. 26, n. 1, p. 25-46, 2002.

GIULIANOTTI, R.; ROBERTSON, R. The globalization of football: a study in the glocalization of the 'serious life'. **The British Journal of Sociology**, v. 55, n. 4, p. 545-568, 2004.

GUERRERO, E. R. La construcción de la pasión por el futbol. El caso de los Leones Negros de la UdeG. **Culturales**, v. 9, n. 1, p 1-34, 2021.

HERRERO-ANDREU, E.; GARCÍA-JIMÉNEZ, L. La construcción mediática de las identidades regionales periféricas: el Real Murcia Club de Fútbol como espacio simbólico de

negociación de sentido. **Revista Mediterránea de Comunicación**, v. 11, n. 1, p. 195-212, 2020.

HOROWITZ, J. Football clubs and neighbourhoods in Buenos Aires before 1943: The role of political linkages and personal influence. **Journal of Latin American Studies**, v. 46, n. 3, p. 557-585, 2014.

JENSEN, O. ‘No One Likes Us’: Football, Identity, and Belonging in Post-Industrial London. **The London Journal**, v. 48, n. 1, p. 70-86, 2023a.

_____. Black Millwall: memories of football and neighbourhood in South London. **Identities**, v. 30, n. 2, p. 181-197, 2023b.

LAWRENCE, S. ‘We are the boys from the Black Country’! (Re) Imagining local, regional and spectator identities through fandom at Walsall Football Club. **Social & Cultural Geography**, v. 17, n. 2, p. 282-299, 2016.

LUNA, N. L. Fútbol, Jujuy y sus identidades: el clásico Zapla-Talleres. **Questión**, v. 3, n. 69, p. 1-47, 2021.

MACHADO, D. M. A.; PEREYRA, B. M. Ah... Tas’ loco. Aproximaciones a la relación entre fútbol y murga en San Carlos-Maldonado. **Educación Física y Ciencia**, v. 23, n. 2, p. 177-177, 2021.

MÁQUINA DO ESPORTE. Disponível em: < <https://maquinadoesporte.com.br/futebol/copa-mundo-catar-2022/fifa-divulga-que-final-da-copa-do-mundo-do-catar-teve-15-bi-de-telespectadores-globais/>>. Acesso em: 06/06/2023

MASCARENHAS, G. **Entradas e bandeiras: a conquista do Brasil pelo futebol**. Rio de Janeiro: Eduerj, 2014.

MOGNI, R. B. La escuela del barrio: Hacia una aproximación de la identidad de la hinchada del Racing Club de Sayago. **Cuadernos del CLAEH**, v. 40, n. 114, p. 203-225, 2021.

NAZI, R. M.; DREWS, M. L. P. Olho no lance: uma análise da produção científica sobre futebol em periódicos brasileiros de Administração e Ciências Contábeis. **Revista de Gestão e Negócios do Esporte**, v. 2, n. 2, p. 119-125, 2017.

NUMERATO, D. Who says “no to modern football?” Italian supporters, reflexivity, and neo-liberalism. **Journal of Sport and Social Issues**, v. 39, n. 2, p. 120-138, 2015.

PEREIRA, E. R. N.; CAJAIBA, K. S. Análise bibliométrica da produção científica nacional sobre agremiações esportivas de futebol profissional, em periódicos de Ciências Contábeis, entre 2012 e 2016. **RIC**, v. 12, n. 1, p. 52-76, 2018.

SANTOS, I. S. **Clientes versus rebeldes: novas culturas torcedoras nas arenas do futebol moderno**. Rio de Janeiro: Multifoco, 2017.

SHOBE, H. Place, identity and football: Catalonia, catalanisme and football club Barcelona, 1899–1975. **National identities**, v. 10, n. 3, p. 329-343, 2008.

TAPP, A.; CLOWES, J. From 'carefree casuals' to 'professional wanderers': Segmentation possibilities for football supporters. **European Journal of Marketing**, v. 36, n. 11, p. 1248-1269, 2002.

VERRIET, J. Football clubs, city images and cultural differentiation: Identifying with rivalling Vitesse Arnhem and NEC Nijmegen. **Urban History**, v. 46, n. 2, p. 266-287, 2019.

VISSER, M.; VAN ECK, N. J.; WALTMAN, L. Large-scale comparison of bibliographic data sources: Scopus, Web of Science, Dimensions, Crossref, and Microsoft Academic. **Quantitative science studies**, v. 2, n. 1, p. 20-41, 2021.

XU, J. Colour in urban places: A case study of Leicester City Football Club blue. **Color Research & Application**, v. 44, n. 4, p. 613-621, 2019.

WILLIAMS, J.; PEACH, J. 'We are all Foxes Now': sport, multiculturalism and business in the era of Disneyization. **Sport in Society**, v. 21, n. 3, p. 415-433, 2018.

WOOD, J.; GABIE, N. The football ground and visual culture: recapturing place, memory and meaning at Ayresome Park. **The International Journal of the History of Sport**, v. 28, n. 8-9, p. 1186-1202, 2011.

ZUPIC, I.; ČATER, T. Bibliometric methods in management and organization. **Organizational research methods**, v. 18, n. 3, p. 429-472, 2015.