

UNIVERSIDADE DO ESTADO DO AMAZONAS  
ESCOLA SUPERIOR DE ARTES E TURISMO  
CURSO DE BACHARELADO EM TURISMO

ELOIZA FERNANDA DA SILVA OLIVEIRA

**O FUTEBOL AMAZONENSE COMO AGENTE FORTALECEDOR DA  
ATIVIDADE TURÍSTICA NO ESTADO DO AMAZONAS**

**MANAUS – AM**

**2022**

**ELOIZA FERNANDA DA SILVA OLIVEIRA**

**O FUTEBOL AMAZONENSE COMO AGENTE FORTALECEDOR DA  
ATIVIDADE TURÍSTICA NO ESTADO DO AMAZONAS**

Projeto de conclusão de curso de turismo qual deverá ser avaliado para obtenção de nota da disciplina de Trabalho Conclusão de Curso que é orientado pela professora Dra. Maria Adriana S. B. Teixeira.

**MANAUS – AM**

**2022**

## Ficha Catalográfica

Ficha catalográfica elaborada automaticamente de acordo com os dados fornecidos pelo (a) autor(a). **Sistema Integrado de Bibliotecas da Universidade do Estado do Amazonas.**

O48“? Silva Oliveira, Eloiza Fernanda da  
“O Futebol Amazonense Como  
Agente Fortalecedor Da Atividade  
Turística No Estado Do Amazonas” /  
Eloiza Fernanda da Silva Oliveira.  
Manaus: [s.n], 2022.  
129 f.: il.; 21 cm.

TCC - Graduação em Turismo - Bacharelado -  
Universidade do Estado do  
Amazonas, Manaus, 2022.  
Inclui bibliografia  
Orientador: Maria Adriana Sena Bezerra Teixeira

1. Futebol Amazonense. 2.  
Atividade Turística. 3. Amazonas.  
4. Fortalecedor. 5. Turismo. I.  
Maria Adriana Sena Bezerra  
Teixeira (Orient.). II.  
Universidade do Estado do  
Amazonas. III. “O Futebol  
Amazonense Como Agente  
Fortalecedor Da Atividade  
Turística No Estado Do  
Amazonas”

**Elaborado por Jeane Macelino Galves - CRB-11/463**

**ELOIZA FERNANDA DA SILVA OLIVEIRA**

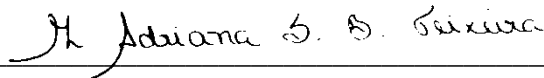
**O FUTEBOL AMAZONENSE COMO AGENTE FORTALECEDOR DA ATIVIDADE  
TURÍSTICA NO ESTADO DO AMAZONAS**

Este Trabalho de Conclusão de Curso foi julgado adequado para obtenção do Grau de Bacharel em Turismo da Escola Superior de Artes e Turismo da Universidade do Estado do Amazonas (UEA) e aprovado, em sua forma final, pela Comissão Examinadora.

Aprovado em 19 /10/ /2022

Nota Final = \_\_\_\_\_

**BANCA EXAMINADORA**



---

**Maria Adriana Sena Bezerra Teixeira, Doutora.**

(Universidade do Estado do Amazonas - UEA)



---

**Felipe Canan, Doutor.**

(Universidade do Estado do Amazonas - UEA)

---

**Lucia Claudia Santos, Especialista.**

(Universidade do Estado do Amazonas - UEA)

Dedico este trabalho a todos que amam e vivenciam o futebol como um todo.

## AGRADECIMENTOS

Longe de qualquer narcisismo, agradeço a mim mesma por conseguir concluir esse importante trabalho. É gratificante chegar até aqui, cumprir essa etapa mesmo com todas as limitações, não, frustrações e outras dificuldades que se apresentaram durante essa caminhada. Sem dúvidas, todas as minhas expectativas foram superadas.

Digo obrigada a minha querida mãe por todo apoio e dedicação que me presenteia ao longo desses 22 anos. Se hoje estou aonde estou é porque você lutou por mim, lutou por nós. Obrigada por tudo!

Agradeço a querida professora orientadora Maria Adriana por topar embarcar comigo nessa jornada. No momento certo fui até ela com a temática e não haveria ninguém melhor para orientar-me. Grata por todo o auxílio, conselhos, puxões de orelha que transformaram essa pesquisa em realidade. Você é nota 1.000!

As amigas que construí durante a faculdade, sinto-me agradecida por marcarem esse período tão importante. Kamilla, Juliana, Nell, Maria, Sara, Raissa e especialmente Ane Caroline: vocês estarão sempre marcadas em meu coração. Essa história não teria sido a mesma sem a presença de vocês.

Dedico esse trabalho, também, as duas pessoas maravilhosas que entraram em minha vida quando estagiária do Palacete Provincial: Claire e Victoria, sou infinitamente feliz e grata por contar com suas amizades. Na verdade, ambas são as irmãs que nunca tive e que o destino tratou de juntar. Obrigada por cada momento unidas, pelas risadas, pelo companheirismo, pela generosidade. Las quiero!

Minha gratidão a todos que se disponibilizaram a participar desse trabalho e que me ajudaram a compreender muito mais sobre o futebol amazonense. Que todo o esforço posto nesse TCC um dia traga grandes retornos ao esporte no Amazonas.

Ao Clube de Regatas Vasco da Gama e Manchester United Football Club por me converterem em amante desse esporte tão poderoso, seja na vitória e na derrota. Obrigada por existirem.

Por fim, dedico este último parágrafo a uma pessoa incrível, que desde 2020 me presenteia com seu carinho e companheirismo, mesmo a 4.000 Km de distância. Bernardo Posser, saiba que serei eternamente grata por todo seu apoio até aqui, por toda força, palavras de incentivo que me presenteou em cada fase desse trabalho, por me acalmar quando mais precisava. Se não fosse por você, essa ideia não teria existido. Sua curiosidade e inteligência me ajudaram a enxergar meu entorno e a defender uma das tantas coisas que nos une: o amor por futebol. Sei o quanto está orgulhoso e feliz por mim e isso me deixa ainda mais aliviada. Saber que posso contar com você sempre será o ponto alto da minha existência, não importa o momento “porque você está em algum lugar na multidão”, tal como o grupo musical ABBA cita na música “Super Trouper”. Obrigada por marcar minha vida. Yuanfen!

*“Eu amo esse jogo”*

*- Patrice Evra, ex-jogador de Futebol*

## RESUMO

O futebol amazonense, há muito tempo, passa por intensa desvalorização e seus recursos têm sido pouco aproveitados, dessa maneira, a presente pesquisa busca observar o esporte da bola sob a visão da atividade turística e verificar o modo como a modalidade pode fortalecer o turismo no Amazonas. O estudo conta com três objetivos específicos, encaminhamentos estes que procuram descrever as contribuições de futebol fora das quatro linhas e sua relação com o turismo; contextualizar o futebol amazonense e sua importância para a localidade e relacionar as contribuições do futebol amazonense como possível alternativa de atratividade para o Estado do Amazonas. Para auxiliar em tais questões, o estudo contou com a participação de dez pessoas ligadas ao futebol local, com respostas obtidas através de entrevistas e formulários, revelando o grande potencial de fortalecimento do futebol amazonense relacionado do turismo no estado e vice-versa.

**Palavras chaves:** Futebol Amazonense; Atividade Turística; Turismo; Fortalecedor e Amazonas

## **ABSTRACT**

Amazonian football has, for a long time, gone through intense depreciation, and its resources have been underused, the present research intends to observe the football sport under the perspective of touristic activities and to verify how the sport can strengthen tourism in Amazonas. The study has three specific goals, which seek to describe the contributions of football out of the four lines and its relationship with tourism; To contextualize Amazonian football and its importance to the locale and correlate the contributions of Amazonian football as a possible alternative of financial attractiveness to the State of Amazonas. To assist in such matters, the study had the involvement of ten people with connections to local football, with answers obtained through interviews and forms, revealing the great growing potential of Amazonian football and its relation to tourism in the state or vice versa.

**Keywords:** Amazonian footbal; Tourism Activity; Tourism and Strengthening.

## LISTA DE QUADROS

<b>Quadro 1:</b> Descrição metodológica. ....	65
<b>Quadro 2:</b> Contribuições do futebol.....	72
<b>Quadro 3:</b> A Influência do Futebol no Turismo .....	75
<b>Quadro 4:</b> A influência do futebol no turismo do Amazonas.....	78
<b>Quadro 5:</b> Vínculo da população com o futebol local .....	82
<b>Quadro 6:</b> A comunidade amazonense e o futebol local .....	87
<b>Quadro 7:</b> Futebol Amazonense como atrativo no Estado do Amazonas .....	91
<b>Quadro 8:</b> Junção Turismo e Futebol no Amazonas .....	94
<b>Quadro 9:</b> Impacto da união turismo e futebol nos clubes .....	97

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	<b>13</b>
1.1 HIPÓTESE.....	14
1.2 JUSTIFICATIVA.....	14
1.3 OBJETIVOS.....	17
<b>1.3.1 Objetivo geral</b> .....	<b>18</b>
<b>1.3.2 Objetivos Específicos</b> .....	<b>18</b>
1.4 ESTRUTURA TEXTUAL .....	18
<b>2 HISTORICIDADE DO FUTEBOL BRASILEIRO</b> .....	<b>19</b>
2.1 A CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE BRASILEIRA COMO NEGÓCIO ATRAVÉS DO FUTEBOL .....	24
<b>2.1.1 A paixão clubística</b> .....	<b>30</b>
2.2 ORGANIZAÇÃO DO FUTEBOL BRASILEIRO COMO NEGÓCIO .....	35
<b>3 AS CONTRIBUIÇÕES DO FUTEBOL BRASILEIRO PARA O TURISMO</b> .	<b>42</b>
3.1 AS HERANÇAS DA COPA DO MUNDO DE 2014 PARA O AMAZONAS ...	46
<b>3.1.1 O potencial do futebol amazonense</b> .....	<b>53</b>
<b>4 METODOLOGIA</b> .....	<b>65</b>
4.1 FORMA DE ABORDAGEM.....	66
4.2 OBJETIVOS METODOLÓGICOS.....	66
4.3 AMOSTRA.....	67
4.4 TAMANHO DA AMOSTRA .....	68
4.5 COLETA DE DADOS .....	68
4.6 ANÁLISE DOS DADOS.....	68
4.7 PROCEDIMENTOS TÉCNICOS.....	69
4.8 MÉTODOS.....	69
<b>5 RESULTADOS</b> .....	<b>71</b>
5.1 DESCRIÇÃO DAS CONTRIBUIÇÕES DO FUTEBOL FORA DAS QUATRO LINHAS E SUA RELAÇÃO COM O TURISMO .....	71
5.2 UMA ANÁLISE DO CONTEXTO DO FUTEBOL AMAZONENSE E SUA IMPORTÂNCIA PARA LOCALIDADE .....	82
5.3 AS CONTRIBUIÇÕES DO FUTEBOL AMAZONENSE COMO POSSÍVEL ALTERNATIVA DE ATRATIVIDADE PARA O ESTADO DO AMAZONAS.....	90

5.4 DISCUSSÃO .....	100
<b>6 CONCLUSÃO .....</b>	<b>106</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>111</b>
<b>APÊNDICE 1 .....</b>	<b>120</b>
<b>APÊNDICE 2.....</b>	<b>123</b>
<b>APÊNDICE 3.....</b>	<b>126</b>

## 1 INTRODUÇÃO

O futebol, desde a criação e consolidando intensa popularidade e profissionalização, se tornou muito mais que uma prática esportiva caracterizada pelo campo, a bola, os jogadores e o gol. O protagonismo futebolístico é visível na arquibancada graças à paixão ou identificação por um clube ou seleção; nas receitas geradas pelo esporte, nas mudanças de ordem política, cultural e social promovidas e por servir como meio de desenvolvimento multidisciplinar na sociedade.

Com base na fala anterior, o futebol, no atual momento, não é um fim em si mesmo. Os aspectos que envolvem esse universo podem ser incorporados a inúmeras áreas do conhecimento como a educacional, a financeira, a saúde, a arte e as ciências sociais aplicadas, ou seja, os efeitos produzidos por tal fenômeno podem ser analisados por diferentes lentes e adaptados conforme seu uso.

Nesse viés, a ligação entre turismo e futebol não é longínqua, pois os recursos gerados pela indústria futebolística estão sendo aproveitados pelo ramo da atividade turística, dado que a expansão desse esporte gera benefícios tangíveis e intangíveis, com grande capacidade de impactar o desenvolvimento do turismo de uma cidade, estado ou país.

Com essa perspectiva, a relação da atividade turística com o esporte da bola potencializa e incrementa o turismo esportivo, pois aproxima turistas com motivação esportiva a determinada localidade, seja como apreciador, telespectador ou praticante e essa atitude instiga o consumo do destino receptor mais além dos equipamentos ligados aos esportes. O Turista Esportivo necessitará de um meio de hospedagem, usufrui da gastronomia localista, utiliza dos meios de transportes, assim como também consome atrativos, sejam eles museus, exposições, eventos, visitas a atrativos naturais, etc. Conforme Romano e Uvinha (2021) essa tipologia de turismo cria inúmeras possibilidades, mas uma das mais destacáveis é o fomento da relação com o trade turístico, o que torna tal segmento cada vez mais visível.

Portanto, dado o contexto, a problemática apresentada para a pesquisa é a seguinte: ***quais aspectos do futebol amazonense podem ser utilizados como fortalecimento da atividade turística no Estado do Amazonas?***

## 1.1 HIPÓTESE

Percebe-se que o futebol e o turismo estão diretamente ligados por um fator primordial: o movimento de pessoas num espaço. A causa do primeiro é o afeto por um time, seleção ou outras motivações intrínsecas ao futebol, enquanto o deslocamento de pessoas na atividade turística ocorre por natureza diversa, como o turismo cultural, religioso, empresarial, científico, esportivo, entre outros. Ademais, cabe ressaltar que a característica principal de ambas as atividades é geração de receita significativa, sendo, então, fonte de riqueza em determinada localidade. No entanto, mais do que os ganhos financeiros, a junção entre turismo e futebol potencializa outros resultados, podendo ser alcançados a curto, médio ou longo prazo.

As autoras Smaniotto e Bandeira (2013) salientam que a aproximação entre esses dois universos, assim como gera lucro, também gera a valorização do atrativo local, que neste princípio, seriam os times de futebol e sua história, o turismo receptivo também é afetado, pois exigirá cada vez mais que os serviços e infraestruturas sejam aprimorados, com vistas ao desenvolvimento turístico. Logo, a hipótese adotada no atual estudo afirma que as contribuições e os impactos provenientes do Futebol Amazonense poderão ser relacionados ao fortalecimento da atividade turística no Estado, principalmente após a realização da Copa do Mundo de 2014, megaevento responsável por elevar a imagem de uma cidade ou país a nível mundial e trazer “[...] benefícios que o evento pode trazer para a localidade, não somente durante o evento, mas durante muitos anos depois” (AMARAL, 2007, p.57). Para além disso, investigar e trazer a luz o cenário do futebol amazonense é pertinente, pois os conhecimentos gerados têm vistas a contribuir para o crescimento e valorização do esporte local, incitar o sentimento de pertencimento, revelar a cultura futebolística e torná-la um atrativo diferencial no turismo do Estado do Amazonas.

## 1.2 JUSTIFICATIVA

O dinamismo existente entre o Turismo e Futebol é o que baseia e impulsiona a presente pesquisa. Tratar de verificar a união do âmbito futebolístico à atividade

turística assume uma face desafiadora e de inovação na localidade, especialmente após a realização da Copa do Mundo de 2014, pois se pressupõe que o legado do evento deva ser melhor utilizado buscando o incremento do futebol local. Atualmente, percebe-se que poucos elementos conectados ao futebol são apropriados pelo turismo amazonense, sendo a Arena da Amazônia o mais reconhecido. Este atrativo da cidade de Manaus faz parte do itinerário oferecido pelo *City Tour da Amazon Bus* e recebe visitantes nas instalações do estádio e no Museu Internacional do Esporte. Entretanto, diante desse possível avanço, as relações entre as duas variáveis descritas todavia é rasa ou não explorada profundamente, ou seja, o potencial existente nessa parceria permanece oculto quando relacionada ao estado do Amazonas.

Por outro lado, a ligação entre turismo e futebol já é prática em outros lugares do mundo. Conforme a pesquisa apresentada pela empresa de *marketing* esportivo *Sports Value*, o futebol mundial apresenta receitas superiores a US\$ 300 bilhões (mais de R\$ 1 trilhão), lucro esse que se divide na arrecadação de bilheteria, programas sócio torcedor, direitos de TV, vendas de jogadores e produtos esportivos e os efeitos provocado pela atividade turística. Exemplo é o Futbol Club Barcelona - FCB. Além dos recursos originários do futebol praticado dentro das quatro linhas, o extra campo impacta positivamente na acumulação financeira do clube catalão, pois a estratégia administrativa adotada se baseou em potencializar a marca do clube.

O impacto da marca FC Barcelona se provou absoluto e isso passou a refletir na imagem da cidade que originou o nome da equipe. Garcia (2018 *apud* Oliveira, 2021) realizou uma pesquisa com vistas a medir a influência do “Barça” na localidade. Os questionários, aplicados em 4 pontos turísticos catalães, evidenciou que 68% dos participantes da entrevista tiveram como uma das motivações de viagem a visita ao antigo *Camp Nou* - atual *Spotify Camp Nou*, - estádio do Barcelona e 41% da amostra total o considera como principal fator motivador da viagem. O atrativo descrito não é só objeto de atenção pelos jogos, que atrai visitantes de todas as partes do mundo. Cabe mencionar que o diferencial no turismo da cidade de Barcelona é o produto “*Camp Nou Experience*”, promovido junto a *Turisme* de Barcelona, um Tour realizado no estádio, possibilitando a conexão dos apaixonados por futebol e torcedores à atmosfera catalã. A realização

desse tour ocorre mediante a compra de um ingresso, valor este adequado à necessidade dos serviços - visita básica ou guiada.

Mencionam-se, nesse contexto, outros exemplos no continente europeu: o rival histórico do Barcelona, Real Madrid, considerado um dos elementos chaves no *marketing* da cidade de Madrid, realiza o “*Tour Bernabéu*”, onde o visitante conhece a história, as lendas e feitos do maior campeão da UEFA *Champions League*. Na Inglaterra, o *Old Trafford*, casa do Manchester United, do mesmo modo, é alvo de interesse de turistas, torcedores ou não dos comumente chamados “*Red Devils*”. Em Portugal, o estádio do Dragão, pertencente ao Futebol Clube do Porto recebe visitantes interessados em adquirir conhecimento acerca da história do clube, como visitas ao campo, arquibancada, sala de imprensa, vestiário e o Museu do Porto, podendo ser conduzidas por guias especializados ou visita livre, além da audioguia.

Na América Latina também são desenvolvidas essas atividades: o Estádio Azteca, no México, também está aberto à visitação turística, assim como o La Bombonera, do Boca Juniors, cartão postal argentino. No Brasil, o país mais apaixonado pelo futebol, essa iniciativa já existe nas principais metrópoles: no Rio de Janeiro, com visitas aos estádios do Maracanã, a São Januário, casa do time Vasco da Gama, ao Museu Flamengo e Tour na Gávea; Em São Paulo está localizado o Museu do Futebol, além dos estádios dos quatro clubes principais do Estado: Vila Belmiro – Santos, Estádio Cícero Pompeu de Toledo (Morumbi) - São Paulo Futebol Clube, Neo Química Arena - Sport Club Corinthians Paulista e a Allianz Arena - Sociedade Esportiva Palmeiras; Em Minas Gerais está localizado o Mineirão, que está sob a administração do Governo de Minas Gerais e no Rio Grande do Sul estão situadas a Arena do Grêmio – Grêmio Foot-Ball Porto Alegre e o Beira Rio – Sport Club Internacional.

Como já descrito, a Arena da Amazônia é, no momento, o elemento do futebol mais associado ao turismo. Isso se deve a carência de reflexão acadêmica a respeito da temática no Estado do Amazonas, pois ressalta-se que contribuições científicas tratando de outras localidades existem e estas servirão como apoio ao desenvolvimento do presente Trabalho de Conclusão de Curso. E partindo dessa premissa, busca-se com essa pesquisa, iniciar discussões que sejam relevantes ao crescimento econômico e social amazonense, mais além disso, promover ideias que

permitam que esse desenvolvimento seja de dentro para fora, sem ignorar nenhuma camada de tal sociedade.

Por isso optou-se pela escolha do futebol como umas das vertentes desse estudo, uma vez que no Amazonas o esporte todavia é desvalorizado ou apenas resume-se ao legado deixado pela Copa do Mundo, ignorando completamente os clubes e suas histórias, a várzea, a rica tradição, o sentimento de pertencimento, aspectos capazes de compor a oferta turística do Estado e segmentar cada vez mais o mercado turístico. Em um mundo que vivencia a pandemia de Covid-19, onde vários setores foram drasticamente afetados, sobretudo o turismo, fortalecer os destinos turísticos requer não somente adequar-se às normas sanitárias, mas entender as necessidades, motivações, sonhos e desejos do turista, criar novos produtos que diferenciam ou ponham a localidade no mesmo nível de competitividade que as demais.

Julga-se que as informações levantadas ao final do trabalho são de enorme relevância aos setores gestores de turismo do Amazonas; a Federação Amazonense de Futebol - FAF; a Secretaria de Estado de Juventude, Esporte e Lazer - SEJEL; aos clubes e competições amazonenses e aos acadêmicos de turismo, fornecendo bases a futuras inquietações que permitam a continuidade da pesquisa e a sociedade em geral, especialmente as futuras gerações que acompanharão a evolução do futebol na região.

### 1.3 OBJETIVOS

Compreende-se que o objetivo é o elemento que vai direcionar a pesquisa. Todavia o autor Michel (2009) destaca que o objetivo geral representa o interesse maior, principal do trabalho, sintetizando o que se pretende alcançar, e único; é a grande questão que se pretende comprovar, o principal alvo que se quer demonstrar. Deve estar contido ou implícito no título do trabalho, e associado diretamente às hipóteses de solução do problema levantado.

### 1.3.1 Objetivo geral

Verificar quais aspectos do futebol amazonense podem ser utilizados como fortalecimento da atividade turística no Estado do Amazonas.

### 1.3.2 Objetivos Específicos

- a) Descrever as contribuições do futebol fora das quatro linhas e sua relação com o turismo;
- b) Contextualizar o futebol Amazonense e a sua importância para a localidade;
- c) Relacionar as contribuições do futebol amazonense como possível alternativa de atratividade para o estado do Amazonas.

## 1.4 ESTRUTURA TEXTUAL

No que tange a estrutura textual, o presente TCC apresenta seis capítulos. O **primeiro capítulo** refere-se a introdução, hipótese, justificativa, objetivos e a estruturação textual do presente trabalho.

Já o **segundo capítulo** relata o referencial teórico que serve de apoio para o desenvolvimento da pesquisa, tais como a história do futebol; a construção da identidade brasileira como negócio através do futebol; a paixão clubística e a organização do futebol como negócio;

Para o **terceiro capítulo**, são descritas as contribuições do futebol brasileiro para o turismo; as heranças da Copa do Mundo de 2014 para o Amazonas e o potencial do futebol Amazonense.

O **quarto capítulo** aborda a metodologia da pesquisa, discorrendo sobre as formas de abordagens; os objetivos metodológicos; amostra; tamanho da amostra; coleta de dados, análise dos dados e procedimentos técnicos, enquanto que o **quinto capítulo** expõe os resultados e discussão da pesquisa.

O **sexto capítulo** trata da conclusão onde se expõe os aspectos positivos, negativos e a proposta de estudo.

## 2 HISTORICIDADE DO FUTEBOL BRASILEIRO

Os primórdios do futebol em terras brasileiras estão diretamente ligados aos eventos ocorridos na Europa entre os séculos XVIII e XIX, sobretudo no berço da Revolução Industrial: a Inglaterra. Krause (2010) descreve que a Revolução Técnico - Científico desencadeou deslocamentos em massas a diversas partes do mundo na procura de mercados e matérias primas para exploração, em um caráter de expansão do imperialismo e do sistema capitalista. Dessa forma, o contingente humano que partia de seu local de origem em direção às grandes cidades trouxeram na bagagem heranças que moldaram a sociedade brasileira. E nessa bagagem que envolve costumes, valores e tradições se infiltra o futebol, creditado como invenção inglesa pois considera-se “[...] sua origem a partir do entendimento que o esporte é fruto de uma relação social definida.” (SANTOS, 2020)<sup>1</sup>

A história oficial considera o ingresso do futebol a partir de Charles William Miller. Paulistano, nascido no Brás, filho de um imigrante inglês, John Miller e da brasileira filha de ingleses Carlota Alexandrina. Miller, em 1884, já aos 9 anos realizou uma viagem à Southampton, Inglaterra, como fins de estudos, ocasião que promoveu sua aproximação com o futebol. Ali, como jogador, atuou por dois clubes: o St. Mary's (atual Southampton) e Corinthian Football Club (que serviu de inspiração para o Corinthians Paulista).

Como forma de simbolismo até de certa forma de heroísmo, como acontece na sociedade contemporânea, o paulistano filho de inglês e mãe Brasileira Charles Miller, é conhecido nacionalmente e mundialmente como precursor do esporte no Brasil. Estudou na Inglaterra entre 1884 e 1894 e trouxe na bagagem bolas de couros, uniformes e algumas regras, difundindo o esporte em indústrias, e mais tarde por clubes paulistas. [...]” (SANTOS, 2020, n.p)<sup>2</sup>

Por outro lado, Boschilia (2005) descreve o caráter redundante em apenas apontar Miller como precursor da modalidade no país. O autor menciona a participação de Oscar Cox, logo após retorno da viagem à Suíça, na divulgação e criação de clubes no Rio de Janeiro, como é o exemplo do Fluminense Football Club. Mais além, apesar de outras hipóteses levantadas acerca dos primórdios do

---

<sup>1</sup> Fonte não paginada

<sup>2</sup> Fonte não paginada

futebol brasileiro, como a contribuição dos povos indígenas apontada por Murad (1996) ou de que a prática esportiva tenha alcançado o Brasil muito antes do documentado, Souza (2017, p. 22) descreve que “a contribuição de Miller foi no quesito organizacional”, por isso de este ser considerado o “pai” da modalidade no país.

Foi Miller quem auxiliou na realização do primeiro jogo de futebol no Brasil, uma partida envolvendo funcionários ingleses das empresas localizadas em São Paulo, com o seguinte placar: Companhia de Gás 4 x 2 Cia. Ferroviária São Paulo Railway. Esse evento ocorreu no dia 14 de abril de 1895, na Várzea do Carmo.

O jogo foi disputado sob as mesmas dezessete regras estabelecidas em Londres, em 1863, na reunião da Associação Britânica de Futebol. Os times alinharam-se com um goleiro, dois defensores, três no meio-campo e cinco atacantes. Salvo poucas modificações, como a lei do impedimento, essas regras continuam em vigor até hoje.” (MILLS, 2005, n.p.)<sup>3</sup>

Apesar de o proletariado, explorado nas fábricas inglesas praticar o futebol como forma de lazer, seu exercício foi proibido devido às regras impostas no início do século XIX (Souza, 2017), moderações essas que evidenciaram o caráter elitizado no qual nascia o esporte em território inglês, ou seja, as condições para sua prática se baseavam no acúmulo de recursos financeiros. Tal ideia não se modificaria ao chegar ao Brasil.

O futebol brasileiro teve sua difusão inicial entre os membros das classes nobres formada em maior parte por ingleses, em especial os estrangeiros presentes em São Paulo e Rio de Janeiro, considerado o centro do futebol brasileiro ao longo do século XX. Havia muita preocupação em apenas admitir jovens de boa família nos jogos, com costumes e comportamentos adequados segundo os padrões do “Velho mundo”<sup>4</sup>. “[...] aos seus praticantes era atribuído um aspecto de elegância e sofisticação, [...]” (BOSCHILIA, 2005, p.14).

Os *sportmen*, formados pela elite, acreditavam que o futebol, em sua prática, deveria assumir uma imagem civilizada e distinta (BOSCHILIA, 2005). Conseqüentemente, as camadas mais baixas, compostas por negros, pobres, trabalhadores braçais e analfabetos eram impedidos de praticar o esporte. Fonseca

---

<sup>3</sup> Fonte não paginada

<sup>4</sup> Velho mundo é utilizado para se referir ao continente europeu, berço da cultura do ocidente.

(2014) reflete as três primeiras décadas do século XX marcadas por conflitos e racismo. No entanto, "apesar das proibições e regras, o futebol avançava em duas frentes: os clubes entre os mais ricos e aquele praticado na várzea, pelas populações mais pobres." (SOUZA, 2017, p. 23). Várzea esta, que segundo o autor citado anteriormente, refere-se aos locais naturais que ofereciam condições do jogo ser praticado.

No contexto de industrialização do país, cabe mencionar um importante fato ocorrido no Rio de Janeiro. Localizada na periferia carioca, a Cia. Progresso Industrial do Rio de Janeiro promoveu "a difusão do jogo de futebol com o proletariado" (SANTOS, 2001, p.30). Ainda que a elite inglesa jogasse entre si, os primeiros passos para "democratização do futebol" foram dados nas fábricas. Nasce, no ano de 1904, em meios industriais, o *The Bangu Athletic Club*, mais conhecido como Bangu. Segundo Krause (2010, p. 21)

Localizada na periferia distante, num bairro proletário, a Cia. Progresso estimulava a prática do futebol entre seus executivos como forma de lazer – prática essa que chegou até os operários justamente pelo número de executivos ser insuficiente para a realização de uma partida.

Assim, teria sido o Bangu o primeiro time brasileiro a aceitar negros e pobres na formação do time. "Em pouco tempo, a esquadra banguense já estava formada exclusivamente de operários; o time passaria a representar prestígio para a fábrica, o que obrigaria o bom senso de seus diretores a dar ainda mais atenção ao futebol." (KRAUSE, 2010, p.22).

Outro time a fazer história foi o Vasco da Gama, também do Rio de Janeiro, pois foi o primeiro grande Clube a entrar em campo com um time composto por negros e pobres, consagrando-se campeão no ano de 1923 com a equipe miscigenada. Esse fato provocou a ira da elite branca do futebol carioca, composta por Flamengo, Fluminense, Botafogo e América-RJ, criando uma nova liga de futebol que excluía o clube de origem portuguesa e impondo condições a jogadores, imposições que novamente restringiam a entrada de negros e pobres nos times amadores. Vale ressaltar que mesmo a partir da introdução de negros no elenco de clubes como Flamengo e América-RJ estes não poderiam entrar na sede social do

Clube e ter contato com sócios. A perseguição racial ao Vasco da Gama também foi influenciada por demais fatores, estes que serão discutidos mais adiante.

Já em São Paulo, Krause (2010) descreve as origens entre dois dos quatro principais clubes do Estado: Palmeiras e Corinthians. O processo de industrialização da localidade atraiu não só ingleses, mas também italianos. Estes últimos criaram o Palestra Itália, que mais adiante viria a se chamar Sociedade Esportiva Palmeiras” [...] time da maior torcida, concentra os torcedores da colônia italiana, fornecedora de mão-de-obra especializada e semi-especializada.” (KRAUSE, 2010, p. 15). Por outro lado, levantando a bandeira do proletariado, nasce o Corinthians. Desta maneira, a rivalidade, que se configura até os dias atuais, se constrói diante de uma disputa entre o estrangeiro *versus* o nativo.

Ainda sobre o eixo Rio-São Paulo, estas duas localidades eram protagonistas no que tange a história do futebol. Fonseca (2014, p. 34) enfatiza que:

“[...] amparadas, de uma parte, pelo protagonismo econômico e político no País e, de outro, pela imprensa escrita, num primeiro momento, e pelo rádio e televisão, em momentos posteriores. O Brasil, pois, ou um início de representação de um ideal de Brasil, resumia-se nas características daquelas duas cidades. Logo, não é de se estranhar que as primeiras entidades criadas para gerir o futebol brasileiro tenham sido fundadas nestes lugares, como a Federação Brasileira de Futebol, em São Paulo, e a Federação Brasileira de Esportes, no Rio de Janeiro”

O centro do futebol brasileiro, assim, estava firmado na região sudeste do país. No entanto, entre 1915 -1916, a *Fédération Internationale de Football Association* - FIFA, entidade que gere e coordena as federações, confederações e associações de futebol a nível mundial, apenas reconheceria a instituição que tratasse do futebol nacionalmente, não apenas em dois Estados. Logo, criou-se um clima de tensão, pois em nenhuma outra região o futebol se expressava em tal intensidade. Por conseguinte, apenas em 6 de novembro de 1916 é criada a Confederação Brasileira de Desportos - CBD, apoiada pelas:

“[...] Federações de Remo da Bahia, Capital Federal e São Paulo, e ainda dos desportos terrestres dos Estados do Rio Grande do Sul, Paraná, Minas, Capital Federal e Pará; e os delegados da Associação Paulista de Sports Athléticos e da Federação Brasileira de Futebol. [...]” (SHERMAN, 1958, p.25 apud Fonseca, 2014, p. 36).

Mesmo após a união da CBD, por volta dos anos de 1930 um novo conflito começa a ser discutido: a profissionalização do futebol. Tentando não se estender muito sobre o assunto para discuti-los ao longo do desenvolvimento da pesquisa, comenta-se brevemente sobre a divisão que pairou sobre o futebol brasileiro.

A CBD, juntamente a clubes cariocas como Flamengo e Botafogo, se posicionaram contra a profissionalização. As demais instituições, indignadas com esses movimentos, “[.] fundam a nova Federação Brasileira de Futebol, através da APEA – Associação Profissional dos Esportes Atlético, de São Paulo — e LCF — Liga Carioca de Futebol, rompendo com a CBD” (FONSECA, 2014, p.41). A FBF seria fundada no Rio de Janeiro, enquanto a LCF possui origens paulistas.

“Durante um breve período — 1933/1937 — a FBF foi bastante atuante, organizando, inclusive, o 1º Campeonato Brasileiro de Clubes, que contava com a participação dos Campeões Estaduais da Região Sudeste, filiados à FBF, em 1936. Este racha do futebol brasileiro somente será superado em 1937, através de um acordo entre os envolvidos, obrigando a CBD a aceitar o profissionalismo de maneira oficial e em contrapartida a FBF extingue-se, passando os seus clubes filiados imediatamente à CBD, agora única representante oficial do futebol no país.” (FONSECA, 2014, p.42)

Entretanto, por mais que as atenções do Brasil estejam voltadas a São Paulo e Rio de Janeiro ao longo do século XX, especialmente por seus poderes políticos e econômicos, no país inteiro ocorreu a popularização do futebol, encontrando-se no Rio Grande do Sul o clube de futebol mais antigo do Brasil, o Sport Club Rio Grande fundado em 19 de julho de 1900 na cidade portuária Rio Grande, data que foi determinada, pela Confederação Brasileira de Futebol - CBF, como “Dia do Futebol”. Nas palavras de Souza, (2001), o Rio Grande é considerado o “vovô” do futebol nacional, pois foi criado com o intuito de manter equipes de futebol.

Restritos às elites, o futebol passa a se expandir e assumir aspectos de massividade, ou seja, torna-se um jogo capaz de atingir todas as classes. Ainda que o racismo e as pressões sociais estivessem presentes ao longo das jornadas de jogadores de cor, suas habilidades começaram a ser priorizadas no universo futebolístico, pois se diferenciavam do futebol jogado pelos ingleses. Com isso, a sociedade brasileira, mistura de todas as raças, começa a ver-se representada dentro das quatro linhas, que antes apenas figurava a elite branca, no momento em

que jogadores miscigenados passam a integrar os grandes clubes e a seleção brasileira.

Demuru (2010) cita que um dos elementos inaugurais acerca do “estilo brasileiro de jogar futebol” seria a ginga, reconhecida no estilo dos negros se moverem no campo. Mas esta seria uma herança das raízes afro-brasileiras ou criada para evitar os contatos que espelham as repressões? O seguinte sub-tópico trata de levantar a questão da participação dos negros na criação do chamado “futebol arte” e como isso ajudou a se distanciar da tradição inglesa; as influências do esporte ao integrar a identidade brasileira e a profissionalização do esporte no Brasil.

## 2.1 A CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE BRASILEIRA COMO NEGÓCIO ATRAVÉS DO FUTEBOL

Destaca-se que o período entre a segunda metade da década de 10 e início de 20 marca a popularização do futebol no Brasil, com a crescente onda de formação de clubes ditos ‘populares’, formados em sua maioria por trabalhadores, negros, operários, entre outros, que eram proibidos de frequentar os clubes elitistas, e o aumento do interesse da população em estar acompanhando os matches. (BOSCHILIA, 2005, p.15)

A inserção de jogadores das camadas inferiores da sociedade no futebol brasileiro causou desconforto nos que antes detinham o domínio do esporte. Mesmo diante das proibições, o número de torcedores era cada vez maior no momento dos jogos, contudo “[...] este aumento gerou inquietações ao sportmen, que viram ser ameaçada a sua fidalga identidade com a tentativa de inserção de negros e trabalhadores nos eventos futebolísticos.” (BOSCHILIA, 2005, p.15). O desprestígio ao futebol se mostrou bastante exorbitante por parte das elites no momento em que os times dos subúrbios se tornaram numerosos e a adesão popular acompanhou esse movimento, especialmente no Rio de Janeiro. E esse enquadramento já evidenciava os primeiros passos em direção a popularização do esporte no país, contrariando os interesses da alta sociedade da época.

Posto isso, um fato importante para disseminação da cultura do futebol entre a população brasileira ocorreu em 1919. Na ocasião, o Rio de Janeiro sediou a terceira edição do Campeonato Sul-Americano, atual Copa América, competição que contou com a participação das seleções da Argentina, Brasil, Chile e Uruguai, totalizando três rodadas e mais um jogo de desempate entre Brasil x Uruguai para decidir o campeão.

A vitória da Seleção Brasileira por 1 x 0 “possibilitou aflorar no brasileiro diversos sentimentos.” (BOSCHILIA, 2005, p.16). A paixão e orgulho pelo futebol começava a nascer entre os brasileiros após a conquista desse campeonato, situação que mais adiante viria ser o pontapé inicial na construção da identidade a partir do esporte. É nessa partida que o negro Arthur Friedenreich, autor do gol da vitória canarinho, se consagra.

“em 1919, o Brasil venceu o Uruguai por 1 a 0 e se sagrou campeão sul-americano. O povo se lançou às ruas do Rio de Janeiro. Presidia os festejos, levantada como um estandarte, uma barrenta chuteira, com um cartazinho que proclamava: O glorioso pé de Friedenreich. No dia seguinte, aquela chuteira que tinha feito o gol da vitória foi parar na vitrina de uma joalheria, no centro da cidade. Artur Fridenreich, filho de um alemão e de uma lavadora negra, jogou na primeira divisão durante vinte e seis anos, e nunca recebeu um centavo. Ninguém fez mais gols que ele na história do futebol... somou 1329 gols... Este mulato de olhos verdes fundou o modo brasileiro de jogar. Rompeu com os manuais ingleses: ele, ou o diabo que se metia pela planta de seu pé. Fridenreich levou ao solene estádio dos brancos a irreverência dos rapazes cor de café que se divertiam disputando uma bola de trapos nos subúrbios. Assim nasceu um estilo, aberto a fantasia, que prefere o prazer ao resultado. De Friedenreich em diante, o futebol brasileiro que é brasileiro de verdade não tem ângulos retos, do mesmo jeito que as montanhas do Rio de Janeiro e os edifícios de Oscar Niemeyer (GALEANO, 2004, p. 48-49 apud BOSCHILIA, 2005, p.17)

Francisco Carregal é considerado como primeiro jogador negro a fazer parte de um time no Brasil, o Bangu, em 1905. Anos mais tarde, Arthur Friedenreich, num futebol totalmente diferente dos ingleses (mais preciso e tecnicamente melhor), inaugura o estilo brasileiro de jogar: de drible, de firula, cheio de ginga. As habilidades de Friedenreich apresentadas naquele campeonato provocam a quebra de barreiras impostas à prática do esporte, no entanto, ressalta-se, que as proibições ajudaram a desenvolver essa maneira característica de jogar o futebol, encontrada só no Brasil.

[...] quando começaram a jogar o futebol por aqui, os negros não podiam derrubar, empurrar, ou mesmo esbarrar nos adversários brancos, sob pena de severa punição: os outros jogadores e até policiais podiam bater no infrator. Os brancos, no máximo, eram expulsos de campo. Essa redução dos espaços dentro das “quatro linhas”, subproduto de sua situação social, obrigou os negros a jogarem com mais ginga, com mais habilidade, evitando o contato físico e reinventando os espaços. Sim, porque o drible não é outra coisa que a criação de espaço, onde o espaço não existe. Indubitavelmente, foi o jogador negro que imprimiu no futebol brasileiro um estilo próprio de magia e arte, diferente das formas arcaicas do jogo de bola, bem como de sua descendência inglesa imediata. [...] (MURAD *apud* SOARES, 1991, p.22).

Retornando ao citado no tópico anterior com base em Demuru (2010), às hipóteses que rondam “a ginga” no futebol parecem refletir um modo criado pelos negros para evitar repressões dentro de campo, pois mesmo após o acesso conquistado por negros e pobres, o preconceito nunca foi deixado de lado e qualquer modo de lidar com este era válida.

Modo esse que traz elementos do cotidiano do brasileiro, como a malandragem e o “jeitinho”. Krause (2010) sintetiza que esses aspectos explicitam a dramatização de um individualismo à brasileira, que consiste em sair de situações difíceis com jogo de cintura. Logo, essa “dramatização do cotidiano” passaria a cristalizar no futebol, sendo refletidos diretamente pelos jogadores em campo por meio de um “futebol-arte”. Então, o que antes era repudiado, por se tratar de uma expressão dos menos favorecidos, passou a ser reconhecido como símbolo nacional (ALVES, 2010).

“A “arte” no futebol nos remete a ideia vinculada ao dom e à criatividade do jogador como uma dádiva da natureza ou de Deus. Aplica-se aí o mito da “natural” capacidade brasileira de improvisar e resolver criativamente os problemas que se apresentam, como se fosse um traço intrínseco do caráter nacional” (ALVES, 2010, p.30)

Esses novos atributos do estilo do futebol que ganhava vida a partir da década de 1920 revelam o início da construção da identidade nacional através do esporte. Ao presenciar a inclusão de jogadores negros nos clubes de futebol e na seleção, este lugar que antes pertencia a minoria branca, desponta como um lugar de todos e para todos, independentemente de sexo, raça, classe social, política e situação econômica. Krause (2010), ao tratar da construção da identidade brasileira

a partir do futebol, expõe que essa modalidade esportiva termina por ser um exemplo informal de democratização. Tal afirmação é pautada no argumento de que as regras são universais perante a qualquer indivíduo e devem ser respeitadas pela coletividade, seja “para todos os times campeões e para os times comuns; para negros e brancos; para ricos e pobres.” (KRAUSE, 2010, p.30). O autor, com base nas afirmações de Byington (1982), descreve que o futebol também possibilita as camadas inferiorizadas na sociedade o deleite de uma vitória ou conquista do time do coração, tornando tal sentimento palpável.

Gomes e Said (2015, n.p.)<sup>5</sup> retratam que “A identidade brasileira foi construída a partir de situações históricas e culturais que permitem pensar o que é ser brasileiro.” O futebol, assim como o samba, o carnaval e outros exemplos culturais, é uma espécie de vitrine que expõe as características do povo. Os mesmo autores descrevem que o esporte carrega consigo aspectos que envolvem a cordialidade, a garra, criatividade, fé no misticismo e alegria, capazes de unificar o país por intermédio do futebol. Estes traços, nos anos de 1930, são percebidos por um setor da sociedade em específico, o de cunho político, quando Getúlio Vargas presidiu o Brasil.

No período em que esteve no poder, Vargas prezou pela criação de um povo e nação unificada. “O Estado precisava construir uma identidade coletiva dos cidadãos, como uma atividade disciplinadora, para evitar revoltas políticas” (COSTA e MALCHER, 2016, p.2). Com isso, o Governo optou por usar o futebol para difundir a ideologia nacionalista e o momento mais conveniente de fazê-lo seria na Copa do Mundo de 1938.

“O sucesso de nossa seleção em campos franceses demonstraria todo o potencial brasileiro, por isso, era necessário que toda a população estivesse envolvida neste evento, mesmo que fosse somente incentivando e torcendo pelos jogadores brasileiros.” (BOSCHILIA, 2005, p.30)

Seria a primeira vez que o rádio transmitia o evento. Sendo considerado maior veículo de informação antes da chegada da TV, essa ferramenta implementada por volta da década de 20 permitia a agregação das massas e o interesse popular, mais um ponto positivo na aproximação entre futebol e os poderes

---

<sup>5</sup> Fonte não paginada

estatais. Dessa maneira, os efeitos do nacionalismo, da união da população por um único objetivo seriam sentidos em ano de Copa do Mundo.

A campanha brasileira em solo francês teve início num jogo vitorioso contra a Polônia, com o placar de 6 x 5 depois de uma partida com duração de 120 minutos. O jogador negro Leônidas da Silva foi o destaque do confronto e da competição, exibindo um futebol que encantou o mundo e que o consagrou como artilheiro do Mundial de 38, totalizando 8 gols.

Na fase seguinte, o Brasil enfrentou a Tchecoslováquia. O primeiro jogo terminou empatado mesmo após a prorrogação. Portanto, como deveria ter um vencedor, uma nova partida foi marcada e a seleção brasileira obteve a vitória por 2 x 1, se classificando para disputa contra a Itália. “A cada novo passo dado pelos atletas na França, era visível no Brasil, variadas formas de manifestações e apoio àqueles que, para muitos, defendiam não somente o futebol brasileiro, mas toda uma nação.” (BOSCHILIA, 2005, p.32)

Contra os italianos, valendo vaga na final do torneio, a Seleção Brasileira não contava com Leônidas da Silva que estava contundido e amargou a derrota por 2 x 1, ficando de fora da final do campeonato. Apesar da tristeza, o Brasil conquistou o 3º lugar, vencendo por 4 x 2 a Suécia.

“Na busca da construção da identidade do brasileiro com futebol, um bom caminho já havia sido trilhado. Apesar do derrota, a Copa do Mundo de 1938 revelou que o futebol brasileiro tinha condições de se firmar no cenário internacional e o terceiro lugar obtido deveria ser considerado um bom resultado. Os primeiros laços entre identidade nacional, futebol e a população haviam sido estreitados e o esporte se fortalecia cada vez como o principal no Brasil”. (BOSCHILIA, 2005, p. 35)

Boschilia (2005) ressalta a festa realizada para receber os jogadores em seu retorno ao Brasil, configurando-se como heróis da nação e campeões morais, pois “aos brasileiros era atribuída a capacidade de ter aplicado ao futebol características nacionais.” (BOSCHILIA, 2005, p.33), pois pela primeira vez jogadores negros foram levados ao torneio internacional. Este fato se devia, principalmente, à recém profissionalização do futebol em terras brasileiras, ocorrida no ano de 1933.

Para se chegar a essa conquista, existiram muitas discussões que dividiram o país nas tomadas de decisões sobre o futuro do esporte. “[...] o início do vínculo empregatício entre jogador e clube, era considerada como uma forma ofensa para os aristocráticos sportmen.” (BOSCHILIA, 2005, p.19). Isso evidenciava a batalha travada entre os que defendiam o futebol apenas por diversão e lazer inerente à elite em contrapartida daqueles que buscavam tornar o futebol um negócio. À medida que o número de times de futebol cresciam e se atenuavam as rivalidades, especialmente entre o eixo Rio-São Paulo, o desempenho dentro de campo se tornava mais exigente. “[...] logo, era inevitável democratizar os times, ter como jogadores não somente o bom rapaz da família tradicional, branca e rica, mas também todo e qualquer homem que fosse bom de bola.” (FONSECA, 2014, p.38). O objetivo era tornar as equipes competitivas e vitoriosas, por isso, ainda segundo o autor, muitas equipes, anteriormente à profissionalização oficial, usavam artifícios como pagamento às escondidas. Neste cenário, o Vasco da Gama, clube do Rio de Janeiro, integrava ao time negros, pobres, mestiços com compromisso pagamento pelos bons desempenho. Consequentemente, no ano de 1923, a equipe cruzmaltina conquista o campeonato carioca, vencendo times com predominância branca, como Flamengo, Fluminense, Botafogo e América-RJ. Estes, revoltados pelas condições que o time de origem portuguesa vence a competição, criam uma nova liga de futebol, excluindo o Vasco da Gama. Para a época, então, o time seria considerado semi profissional, o que não encaixava com o futebol importado da Inglaterra.

“A transformação de um passatempo sem compromissos com a obrigação de vencer, envolvido apenas pelo desejo de diversão e confraternização dos círculos refinados, para uma atividade que com o passar do tempo assumia um caráter competitivo, gerando tensões e rivalidades, além do crescimento da violência e a expansão da prática pelos subúrbios, possibilitou às camadas menos favorecidas a oportunidade de ascensão social.” (BOSCHILIA, 2005, p.21)

Essa oportunidade de ascensão socioeconômica que passava a ser observada no futebol possibilitava o recrutamento de jogadores humildes. Enquanto aqui ainda se ensaiava, o processo de profissionalização da modalidade na Europa, assim como na Argentina e Uruguai já estavam consolidados. Com isso, jogadores brasileiros “[...] rendiam-se às polpudas ofertas estrangeiras e, dessa forma, levavam

seu futebol para campos uruguaios. O “amadorismo marrom”<sup>6</sup> brasileiro não conseguia segurar seus craques.” (BOSCHILIA, 2005, p.25). Outra situação citada por Fonseca (2014) é a ida de jogadores a clubes italianos, sendo o caso, também, a naturalização desses para a disputa da Copa do Mundo de 1930.

“Associado ao profissionalismo um outro aspecto tem fundamental importância nas modificações por que passavam o futebol: os dirigentes começavam a enxergar no futebol, principalmente na venda de ingressos, uma importante fonte de arrecadação. Assim, o esporte bretão tornara-se um negócio rentável e promissor. Isto surgia como um contraponto às aspirações burguesas de elitização esportiva. Ao mesmo tempo em que queriam afastar as populações trabalhadoras, negras e pobres da bola, viam-se, muitas vezes, obrigados a abrir as portas de seus estádios para estes em busca de maiores rendas nos matches.” (BOSCHILIA, 2005, p.22)

Uma vez que os estádios transmutam de diversidades de pessoas ao assistirem aos jogos, se possibilita a identificação dos negros e pobres com um time, “seja por ter nascido no mesmo bairro ou na mesma cidade, e passava a torcer, a enxergá-lo como sendo seu ou como parte sua.” (FONSECA, 2014, p. 38). Além disso, na definição das torcidas, se teciam as rivalidades, nascendo, geralmente, pelas características que o diferenciam: Corinthians, time do proletariado *versus* o Palmeiras, clube da colônia Italiana; Flamengo *versus* Vasco da Gama; Grêmio *versus* Internacional. Nasciam, à medida que o futebol se popularizou, as torcidas organizadas fiéis ao times que torciam, a admiração pelos ídolos formados e consagrados nas equipes, a mistura de sentimentos da atmosfera futebolística, entre outros elementos que envolvem o torcedor e sua paixão clubista.

### 2.1.1 A paixão clubística

Retornando ao mencionado anteriormente, o futebol acarreta a mistura de sentimentos em quem aprecia o esporte, seja a alegria pela vitória, a tristeza pela derrota ou apreensão pela disputa de pênaltis que decide o campeonato. Azevedo Júnior *et al.* (2011) colocam em evidência que tais sensações vivenciadas pelos torcedores culminam numa paixão desenfreada pelos times, seleção nacional e até

---

<sup>6</sup> Expressão que se refere ao pagamento informal aos jogadores a fim de que se dedicassem apenas ao futebol, anterior ao profissionalismo do esporte.

mesmo com os jogadores. Fontoura (2014, p.22) afirma “que a paixão é o combustível do futebol. Sem ela o esporte minguava, vira lazer e aproxima-se dos demais esportes de menor capacidade de mobilização praticados em qualquer lugar do mundo.” Atrelado à concretização do profissionalismo do esporte, este processo contribuiu para a popularidade do futebol no Brasil, se tornando legítima expressão de representatividade do povo brasileiro. Indo mais além, esta comoção e massividade revelaram a capacidade de identificação dos indivíduos com o futebol. Portanto, uma das mais claras demonstrações desse fato e da paixão exercida pelo esporte na sociedade se constitui na fidelidade dos torcedores para com o time o qual possui empatia.

Para Cantergi (2011) com base em Leifer (1997), a paixão do torcedor por um time ultrapassa a barreira dos relacionamentos pessoais, pois duram uma vida inteira e não há nada que faça um aficionado mudar de torcida, pois o apoio é incondicional e independentemente dos resultados.

“Por mais que ele não esteja numa boa fase, acumule derrotas sobre derrotas, apresente um futebol pobre, protagonize partidas sonolentas e até seja rebaixado para as divisões inferiores, o torcedor sempre vai continuar fiel ao time que escolheu quando era garoto.” (CANTERGI, 2011, p. 27)

A escolha por um time, geralmente, é impulsionada na infância, pela identificação dos componentes de uma família com uma equipe de futebol. Damo (2008) explica que a influência parental na eleição do time subentende a fidelidade de um indivíduo com um time, assim

“A idéia de que os pactos de sangue não podem ser rompidos, valor amplamente disseminado em nossa cultura (Schneider, 1992, p. 195), certamente tem muita influência no padrão de comportamento dos torcedores, o que fica explícito quando se declaram fiéis aos clubes mesmo em uma situação de rebaixamento.” (DAMO, 2008, p.66)

Sem torcedores, o futebol não teria a força que possui. A ausência de um apaixonado por futebol poderia ser sentida nos negócios, pois são os torcedores que cedem tempo, dinheiro e disposição para acompanhar o time. Conseqüentemente, sem o entusiasmo que emana das arquibancadas, a situação de um clube se veria desfavorável uma vez que

“um apaixonado por um time de futebol sente não apenas que ele é uma parte do clube, mas que o clube depende dele, e que se ele o abandona, o time perderá o suporte e enfrentará enormes dificuldades. É esse sentimento que faz o torcedor querer ajudar a equipe.” (CANTERGI, 2011, p. 35)

Pereira e Alves (2012) baseado em Davidoff (2001) ressaltam que a ida de torcedores ao estádio pode representar um bem estar pessoal. Consolidando esta afirmativa, Fontoura (2014, p.27) relata que “O comportamento do torcedor em dia de jogo dificilmente é reproduzido em outra situação.” Ou seja, o torcedor extravasa todas suas emoções no momento de jogo, desde gritos de felicidades, xingamentos, choro, risos, etc., que podem ser acúmulos da vivência do dia a dia, sendo expostas ao mundo em momentos que considerem adequados, como a ida ao estádio.

Estar no palco de um jogo de futebol também produz o sentimento de pertencimento a um apaixonado por futebol, constituindo uma coletividade unida por um só objetivo: compartilhar o amor por uma equipe de futebol. Gottlieb e Raupp (2019, p. 117) apontam que o torcedor

“[...] se sente seguro e com a certeza de que no momento de dificuldade, haverá acolhimento. A comunidade pode não estar ao alcance, mas se quer viver nela. Ela não é um objeto físico, porém é um espaço saudável de frequentar. Nesse sentido, pertencer à torcida de um clube é estar em um ambiente no qual praticamente todos buscam o mesmo objetivo, ou seja, existe afinidade. Em relação às torcidas de futebol, o que as unem são as paixões clubistas, em sentido amplo, com o apreço pelo futebol, mas especialmente pela escolha de uma instituição futebolística para torcer.”

É nesse momento que uma mesma coletividade veste as cores do clube, dão gritos de incentivos, cantam o hino a todo o pulmão para apoiar o time. Como exemplo, Gottlieb e Raupp (2019, p.128) relatam o hino do Grêmio Foot-Ball Porto Alegrense como “confissão de amor ao clube, ou ainda uma promessa de jamais o abandonar, reforçando não só a ideia de pertencimento, mas da obrigação de assim permanecerem.”

Até a pé nós iremos  
para o que der e vier  
mas o certo é que nós estaremos  
com o Grêmio onde o Grêmio estiver  
Cinquenta anos de glórias  
tens imortal tricolor

os feitos da tua história  
 canta o Rio Grande com amor  
 Nós como bons torcedores  
 sem hesitarmos sequer  
 aplaudiremos o Grêmio  
 aonde o Grêmio estiver  
 Lara o craque imortal  
 soube seu nome elevar  
 hoje com o mesmo ideal  
 nós saberemos te honrar  
 (SILVA, 2006, s/p apud GOTTLIEB e RAUPP, 2019, p.128)

Os estímulos da torcida podem auxiliar na autoestima do time, fazendo com que os jogadores fiquem mais confiantes e deem o melhor de si como retribuição ao apoio das arquibancadas, pois eles são a extensão do torcedor em campo. Por outro lado, vale destacar também, que nem todos esses estímulos são positivos. Quando o time não corresponde em campo, os torcedores demonstram suas insatisfações, começando “[...] a apontar erros cometidos pelo treinador e até pelos craques do time[...].” (CARTEGNI, 2011, p. 32), encontrando outros culpados pela má fase, cobrando melhorias da instituição, que nem sempre são de forma pacífica, pois os torcedores de futebol utilizam desse motivo para praticar atos violentos (PEREIRA e ALVES, [20--?]). Outro momento em que a violência se apresenta no futebol é o embate entre torcidas organizadas, que muitas das vezes ocorre no núcleo de torcedores da mesma equipe ou contra torcidas rivais.

Nesse contexto, outro elemento pertinente à paixão clubística é a rivalidade. Krause (2010, p. 38), expõe que “Paradoxalmente, o esporte contribui para a união ao enfatizar o conflito entre as partes.” Exemplo disso é o momento da popularização do futebol, que passou a unir as pessoas sem distinções de raças e classes sociais, no entanto, a identificação com determinado time abria margem a diferenças entre torcidas, ou seja, as rivalidades clubísticas, por motivos implícitos ou não evidentes.

Diante do crescimento abordado no tópico anterior, as rivalidades não se estabeleceram apenas no eixo Rio-São Paulo. No sul do país está expressa a maior manifestação de oposição entre dois times, rivais históricos e que dividem o estado do Rio Grande do Sul em termos de torcida. De um lado está o Grêmio Foot-Ball Porto Alegrense e do outro, o Sport Club Internacional. Gottlieb e Raupp (2019, p.129) apontam que os dois times representam

“Uma rivalidade mais que centenária, uma disputa que sempre se mostra muito acirrada, constituída por confrontos que marcaram história e são lembrados até hoje: trata-se uma luta incessante em saber quem é o maior da cidade ou do estado.”

O Grenal, junção do nome dos dois times que compõem a rivalidade, vai mais além que a duração de um jogo. Gottlieb e Raupp (2019) descrevem que esse embate é vivido no cotidiano, não importa o local. Os autores também revelam um dos costumes gaúchos de lidar com essa rivalidade: o de questionar a uma criança se ela é gremista ou colorada (referente a cor vermelha do time). Há relatos de que os torcedores mais fanáticos evitam usar a cor que representa o time rival, ou seja: um colorado opta por não utilizar roupas ou acessórios nas cores azul, e um gremista evita qualquer tipo de vestimenta na cor vermelha.

No entanto, apesar da seriedade com que tratam o Grenal, é importante ressaltar que “o sentimento de rivalidade que existe é saudável e estimula o crescimento um do outro” (GOTTLIEB e RAUPP, 2019, p. 130). Para Cantergi (2011, p.49) este ímpeto também é visível, pois

“Com o intuito de se manterem sempre na mesma esfera de grandeza, cada clube acaba usando o rival como motivação para crescer. Cada evento de sucesso de um clube, seja um título, a modernização de suas dependências, ou uma campanha de captação de sócios que dê certo, tende a ser seguido de um novo evento por parte do outro clube, de modo que este não fique para trás.”

Outro aspecto importante dessa rivalidade, ou melhor, das rivalidades entre os times de futebol são os jogadores que se transformam em ídolos da torcida criando um vínculo sentimental com os aficionados. São exemplos de figuras tidas como ídolos pelos clubes e torcedores: Renato Portaluppi (Grêmio); Fernandão (Internacional); Zico (Flamengo); Juninho Pernambucano (Vasco da Gama); Sócrates (Corinthians); Marcos (Palmeiras); Rogério Ceni (São Paulo FC); Pelé (Santos) entre outros tantos atletas que foram símbolos, alguns só dentro de campo, outros também fora dos gramados foram motivos de reverência e inspiração.

A construção de ídolos, extensão dos torcedores nos gramados, é um meio de manter a paixão pelo time viva, preservada e ao alcance das futuras gerações.

No atual status do futebol, as ações de marketing se mostram como ferramenta de vital importância para manter o sentimento clubístico.

## 2.2 ORGANIZAÇÃO DO FUTEBOL BRASILEIRO COMO NEGÓCIO

O crescimento do futebol esteve e está acompanhado pela popularização do esporte no mundo. É possível imaginar que seu desempenho, se todavia estivesse sob a influência das elites, não se igualaria ao status percebido na sociedade atual. Conforme o citado no início do trabalho, as receitas geradas pelo futebol giram em torno de US\$ 300 bilhões (mais de R\$ 1 trilhão)<sup>7</sup>. Grande parte dos lucros produzidos pelo desporto advém do mercado consumidor composto por torcedores dos clubes, destinatários finais dos produtos e serviços que envolvem o futebol, pois “[...] são elementos fundamentais para aqueles que gerem o esporte como um negócio” (SANTOS, 2013, p. 2).

Parte importante na cadeia do futebol como negócio, o torcedor como público alvo será explorado mais adiante no presente tópico, porém é importante ressaltar que o apelo popular que caracteriza o futebol foi um fator essencial em enxergá-lo sob o viés de negócio. Este fato, como descrito por Jacques (2015), possibilitou o interesse de empresas em investir capital no esporte por se tratar de uma prática rentável, logo, essas ações o transformariam em algo além da performance esportiva, passando a assumir caráter mercadológico.

No que tange ao futebol gerido como negócio, ser bem sucedido financeiramente é tão importante quanto obter conquistas. Quanto maior os recursos financeiros obtidos, melhores serão as respostas dentro das quatro linhas (Jacques, 2015). Como exemplo, o autor evoca a campanha do clube espanhol Real Madrid no ano de 2014: o time *merengue* teve a maior arrecadação entre os clubes de futebol e no futebol se sagrou campeão de quatro competições: A Liga dos Campeões da Europa; Supercopa da Europa; Copa do Rei e Mundial de Clubes. Desta forma, o modelo ideal de negócios deveria ter essas duas vertentes em equilíbrio.

---

<sup>7</sup> Disponível em: <<https://www.torcedores.com/noticias/2021/10/futebol-brasileiro-receitas-mundo>>. Acesso em 14 de abril de 2022.

Nesse contexto, os clubes se tornariam clubes-empresas. Anterior a isso, esses se “[...] organizavam-se em associações ou sociedades civis sem fins lucrativos, pois, até então, não almejavam ter rentabilidade financeira.” (JACQUES, 2015, p. 44).

“Quando se fala em time como empresa, não importa tanto em qual modalidade ele se encaixa (patrocínio, parceria, empresa ou sociedade com capital aberto em Bolsas de Valores). O fundamental é que haja uma gestão empresarial moderna, profissionalizada, voltada à inserção do futebol na indústria do entretenimento, na qual é uma das mídias mais importantes e com capacidade de captar tantos recursos quanto os necessários para financiar a longa e caríssima série de atividades de que um time, para ser competitivo no cenário atual, necessita”. (SUZUKI, 1999 *apud* SANTOS, 2002, p.30)

A Europa teve grande influência na criação do futebol como negócio. Jacques (2015) descreve três momentos em que essa intervenção é percebida: clubes geridos por empresas; modificações nas relações de trabalho entre jogadores e clubes e a interferência do estado na transformação dos clubes-empresas. No primeiro caso, o autor, com base em Campos e Roman (2008), cita as intervenções iniciadas na década de 80, tendo como exemplo o laboratório Bayer, que comprou os times *Leverkusen* e *Uerdigen*, na Alemanha e a empresa *Phillips*, na Holanda, que viria participar da gestão do PSV. No caso do Brasil, a parceria mais conhecida entre time e empresa foi a do Palmeiras com a Parmalat, firmando um acordo de cogestão no ano de 1992, terminando 7 anos depois. Segundo Santos, (2002, p.74)

“[...] a Parmalat buscava uma maior inserção no mercado de consumo brasileiro, onde era conhecida apenas por seu leite longa vida. Para isso, buscou associar seu nome ao futebol, de modo a torná-lo conhecido. Conseguiu mais que isso: associou-o também à idéia de qualidade e passou a vender os mais diversos produtos, chegando à liderança em alguns segmentos. Por sua vez, o Palmeiras queria um título, qualquer que fosse, pois estava há 16 anos sem ganhar nenhum campeonato. O projeto foi um sucesso: os títulos vieram e, ao final da parceria, a Parmalat tinha seu nome mais do que reconhecido no mercado.”

Santos (2002, p.74) salienta que no contrato assinado, a Parmalat garantia a gestão do time no que tange a futebol, atuando na decisão de compras de jogadores, questões técnicas do time, no planejamento da temporada, entre outros. “Dessa maneira, garantiu um mínimo de racionalidade na gestão do seu dinheiro,

garantindo um retorno, não só financeiro, mas também, e, nesse caso, mais importante, para sua imagem.”

Na década de 90, na Europa, ocorreu um fato de extrema importância e que provocou modificações nas relações de trabalho entre jogadores e clubes: o fim do passe dos jogadores. O jogador belga *Jean-Marc Bosman* que estreou e jogou por cinco anos (1983-1988) pelo *Standard de Liège* quando se transferiu para o *RFC Liège*. Em 1990 recebeu uma proposta de renovação, a qual foi recusada, após isso recebeu a proposta para jogar no *Dunquerc*, time francês. No entanto, a equipe belga negou a transferência de Bosman. Por conta disso, o jogador acionou a justiça europeia com o objetivo de obter a liberação do passe, sendo conseguida, então, no ano de 1995 (SANTOS, 2002).

“O advogado baseou sua defesa no acordo de livre circulação de trabalhadores nos países da Comunidade Européia. A sentença, inédita até então, criou uma jurisprudência que, na prática, acabou com a posse do passe do jogador pelos clubes na Europa. Após a polêmica, Bosman foi boicotado pelos times europeus, que não quiseram mais contratá-lo. À despeito disso, os clubes tiveram que se adaptar à nova regra.” (SANTOS, 2002, p.29)

No Brasil, foi criada, em 24 de março de 1998, inspirada no caso Bosman, a Lei Pelé (ou também conhecida como Pelé do Passe Livre), de número 9.615. O objetivo com a criação deste dispositivo legal seria assegurar os direitos dos jogadores. Além do passe livre, também seriam inseridos nessa lei a transparência e profissionalismo ao esporte, disciplina a prestação de contas por dirigentes e profissionalizar as gestões. Assim, a “Lei buscava se tornar a ponte entre o potencial econômico do futebol brasileiro e sua efetivação.” (SANTOS, 2002, p.55).

Quanto à interferência do Estado na transformação dos clubes-empresas, cita-se a Inglaterra ao implementar um pacote de medidas a partir das ações divulgadas no relatório Taylor (Jacques, 2015) para conter a violência nos estádios e tornar os espaços adequados para atrair às partidas. Em território brasileiro, o autor anteriormente citado explica que as formas de atuação do Estado ocorreram pela criação de Leis, como a já citada Lei Pelé; a Lei n. 8.672/1993, chamada Lei Zico, que segundo Santos (2002, p.55), após muitas mudanças, “ [...] se transformou numa lei de bingos, que "regularizou" esse tipo de jogo de azar no Brasil.” e o

Estatuto do Torcedor”, criada em 2003 “como resposta à violência motivada pelo futebol, à falta de respeito para com o torcedor e ao medo que começava a provocar o abandono dos estádios.” (CANTERGI, 2011, p. 21) e que assegura os direitos dos fãs de futebol.

Apesar dessas influências e tentativas de seguir os modelos provenientes do velho continente, “a pouca participação brasileira em todo esse mercado deve-se às grandes diferenças encontradas entre os clubes do Brasil e da Europa. ” (GASPARETTO, 2013, p. 827). Corroboram com esta ideia Leoncini e Silva (2005, p. 12), ressaltando que:

“a administração dos dirigentes tradicionais de clubes e federações de futebol tem sido apontada como a causa mor que faz com que o futebol brasileiro não consiga aproveitar plenamente seu potencial econômico, principalmente nos chamados agentes diretos – clubes e federações.”

Rebello e Torres (2001) *apud* Santos (2002, p.91) pontuam a realidade vivenciada pelos times brasileiros quanto a gestão financeira não especializada:

“Na maioria dos casos, os presidentes amadores, mais torcedores que presidentes, na ânsia de formarem grandes equipes e ganharem títulos, contratam jogadores a peso de ouro, mas sem condições de honrar os custos, aumentando ainda mais suas dívidas. Pelo contrário, o fato de não visarem lucro permitiu que, durante muito tempo, suas contas não fossem auditadas, o que significou rombos enormes, frutos da má gestão ou da desonestidade. Por exemplo, muitos dirigentes ganham dinheiro com comissões e intermediação na venda de jogadores, o que ajuda a explicar o aumento da venda para o exterior.”

Segundo o levantamento da Sport Value<sup>8</sup>, se percebe que mesmo as equipes com grandes retornos financeiros não estão imunes as dívidas. Em 2020, o Clube Atlético Mineiro se estabeleceu como o time mais endividado do Brasil, com um débito negativo de mais de 1 bilhão de reais, ao mesmo tempo em que ocupava a 5<sup>o</sup> posição de maior arrecadação de receita entre os times brasileiros. Flamengo e Palmeiras, ocupando a 1<sup>o</sup> e 2<sup>o</sup> posições de maiores arrecadações de equipes do Brasil, também observaram suas dívidas crescerem: o clube carioca viu o seu débito

---

<sup>8</sup> Disponível em: <<https://www.torcedores.com/noticias/2021/09/veja-quais-sao-os-clubes-mais-endividados-do-futebol-brasileiro>>. Acesso em 15 de abril de 2022.

passar de 509,5 para 680,8 milhões de reais e o clube paulista foi de 501,2 para 565,2 milhões de reais.

Cruzeiro, em 2019, Vasco da Gama e Botafogo, em 2020, foram rebaixados à Série B do Campeonato Brasil. Os clubes, atolados em dívidas e vivenciando conflitos institucionais, recorreram ao novo modelo de negócio capaz de transformar e tornar eficiente a gestão do futebol no Brasil. A Sociedade Anônima do Futebol - SAF nasce com a criação da Lei nº 5516, de 2019, promulgada em 6 de agosto de 2021, garantindo aos clubes de futebol no Brasil o direito de se transformarem em empresas. Segundo Neto (2021, n.p)<sup>9</sup> esta surge como

“A criação de um novo tipo societário que traz um modelo exclusivamente pensado para a realidade do futebol brasileiro, oferecendo aos clubes novas ferramentas para a arrecadação de recursos no mercado e possibilidades mais amplas de renegociação de dívidas por meio do instituto da Recuperação Judicial ou do Regime Centralizado de Execuções [...]”.

Desta forma, a gestão da Sociedade Anônima do Futebol - SAF teria o objetivo de estruturar os clubes a partir de uma gestão empresarial, favorecendo as instituições de futebol financeiramente. Além disso, a reformulação do modelo de gestão dos times possibilitaria o desempenho satisfatório dentro de campo, retomando ao protagonismo dos gramados. O Botafogo, no início do ano de 2022 tornou-se uma SAF a partir da compra do clube pelo executivo americano John Textor, também Coproprietário do time inglês Crystal Palace. Por sua vez, o Cruzeiro, time de Minas Gerais, vendeu 90% de suas ações ao ex-jogador e empresário Ronaldo Fenômeno, que prevê 400 milhões de reais de investimento no clube mineiro em 5 anos. Por fim, 70% das ações do Vasco da Gama foram compradas pela empresa estadunidense 777 Partners para gerir o futebol do clube carioca.

Esta iniciativa possui grande potencial de fortalecer a organização do futebol brasileiro, pois conforme Jacques (2015), os clubes seriam os terceiros agentes que atuam na organização do futebol nacional, pois vão além do caráter esportivo e se tornam empresas que visam ao lucro. Nesse viés, o mesmo autor descreve a Confederação Brasileira de Futebol - CBF e a Rede Globo de Televisão como outros

---

<sup>9</sup> Fonte não paginada

atores importantes na estrutura organizacional do futebol brasileiro. A Confederação Brasileira de Futebol - CBF é considerada a entidade de maior hierarquia no que tange ao futebol no Brasil, logo, “organiza os campeonatos, fiscaliza os clubes, administra a Seleção Brasileira e fecha parcerias comerciais.” (JACQUES, 2015, p. 49), objetivando, também, arrecadação de receitas por se tratar de uma empresa privada. Já a maior emissora do país, a Rede Globo, atua no futebol brasileiro como detentora dos direitos de transmissão de partidas dos campeonatos nacionais, como o Brasileirão e Copa do Brasil. Mais além disso, sua influência não permanece apenas nos meios televisivos, pois

“participa diretamente das decisões que envolvem os campeonatos, desde o calendário até o modelo de pontuação adotado no certame. Além disto, a empresa é uma das principais fontes de receitas de vários clubes, pois os direitos de transmissão são negociados diretamente com os clubes.” (JACQUES, 2015, p.49)

Observa-se, então, que idealizar o futebol sob a ótica de negócio é entender que nesta relação o mais importante é um lucro. Este, no mercado da bola, pode ser arrecadado das mais diversas formas: a bilheteria de um jogo; programa sócio torcedor; premiações; receitas geradas pelas transmissões televisivas ou *streaming*; vendas de produtos oficiais; venda ou transferência de atletas; patrocínios, entre outros. Consequentemente, outra forma de obtenção de renda presentes nos clubes de futebol refere-se ao investimento nas categorias de base. Segundo Shamah (2021), fundamentado em Rodrigues (2003), a rentabilidade das categorias de base se mostrou importante no desenvolvimento do futebol como negócio. Com pouco custo de manutenção, nelas surgem os principais ativos do clube, jogadores promissores que podem, mais a frente crescer dentro do clube que o formou, dando contribuição técnica no campo ou gerando receitas a partir de uma transferência. Ou seja, estaria inserido no mercado futebolístico como negócio.

No entanto, é importante ressaltar que percebê-los apenas como mercadoria é um risco, pois é possível que o rendimento do atleta seja afetado. Além disso, a identidade do jogador da base com o clube pode ser estremecida, uma vez que sendo transferido cedo, o atleta não terá oportunidade de jogar e criar uma história com o time, assim, saindo sem identificação com o torcedor, pois “uma das estratégias dos dirigentes para manter o torcedor identificado com o time são os

investimentos feitos nas categorias de base. As pessoas acreditam que os atletas formados na base incorporam o ideário do clube. ” (DAMO, 2008, p.145).

Retornando ao citado no início do tópico, o torcedor tem papel relevante na concepção do futebol como negócio. Os apaixonados pelo esporte são considerados como um tipo de público-alvo fiel, pois a relação comercial, por exemplo, se apresenta de uma forma diferente, pois o consumidor do produto futebol (o torcedor) é conduzido primeiramente pela sua paixão pelo clube, deixando evidente que o fator racional de consumo nesta ligação não é uma característica predominante. ” (JUNIOR, 2016, p. 21).

No momento em que o torcedor se converteu em um consumidor, criou-se o Estatuto do Torcedor, em 2003, de maneira a garantir os direitos deste público quando passasse a consumir produtos e serviços relacionados ao futebol.

Cantergi (2011, p.69) ressalta que é o torcedor quem se disponibiliza a consumir o futebol, pois investe seu dinheiro na compra de ingressos do clube para qual torce; compra artigos com o emblema do time; contrata serviços de televisão para acompanhar as partidas do time, etc. O mesmo autor realça que “a fidelidade dos torcedores para com seus times do coração vai além da sua satisfação ou insatisfação com o produto que lhes é oferecido, o que faz com o que a marca do clube não tenha que enfrentar concorrência sobre seus consumidores.”

Desta forma, as empresas se movimentaram no sentido de criar estratégias para a atração desse mercado consumidor, como por exemplo, a criação de um setor de *marketing* voltado para promover o futebol como um negócio; o licenciamento de produtos com emblemas e cores dos times, buscando uma aproximação com o mercado de torcedores e a apropriação das marcas pelos cenários do futebol, pois “o futebol se mostra uma oportunidade positiva de se realizar a experiência de marca, uma vez que os consumidores vão ao estádio e passam aproximadamente duas horas lá.” (CANTERGI, 2011, p. 70).

Notada a importância de manter o torcedor perto do clube, é imprescindível a criação de meios internos e externos para isso. Um ramo que pode ser muito utilizado pelo futebol, mas também pelas instituições que circundam o esporte é o turismo.

### 3 AS CONTRIBUIÇÕES DO FUTEBOL BRASILEIRO PARA O TURISMO

A popularidade e o caráter rentável do futebol impulsionaram o interesse de diversos segmentos da sociedade em apropriar-se do chamado “jogo da bola”. Como já exposto, o universo futebolístico não é um fim em si mesmo, pois sua influência ultrapassa as quatro linhas, revelando-se como instrumento para impactar a comunidade como um todo, seja em aspectos sociais, políticos, econômicos, educacionais, etc. Precursor de mudanças, como a história da modalidade demonstra, e notável produtor de recursos, o futebol, nos últimos anos, tem se associado a outra atividade de grande expansão mundial, o turismo. Essa aproximação, à primeira vista, pode apresentar-se duvidosa, no entanto, ambas áreas vislumbram particularidades que as unem em dado momento, como: o deslocamento de pessoas; geração de lucro e consumo de bens e serviços. Consequentemente, também é importante citar, que turismo e futebol instigam sonhos e desejos, essa junção pode ser vista em um indivíduo que anseia por viajar até a cidade onde está localizada a sede do clube e deslocar-se a fim de estar presente nos jogos do time que torce, seja onde for.

Importante ressaltar, nesse viés, que turismo e esporte sempre estiveram conectados. Segundo o Conselho Nacional de Comércio (2005, p. 7) embasado em Cezar (2005), os primórdios do turismo se constroem na Grécia Antiga, já que nesse período

“[...] começou a tomar forma como atividade econômica. Por volta do século VII a.C., os eventos desportivos realizados a cada quatro anos na cidade-estado de Olímpia atraíam não apenas atletas como também espectadores. Os Jogos Olímpicos motivaram as primeiras viagens de lazer, que se tornaram importantes a ponto de se fazer trégua nas guerras para salvaguardar os viajantes. Todos os demais pontos do trajeto, e não apenas Olímpia, adaptaram-se e criaram estruturas de alojamento, alimentação e transporte para esses primeiros turistas.”

O segmento de turismo de esportes busca analisar a relação entre essas duas vertentes. De acordo com o estabelecido pela Organização Mundial do Turismo (2019) *apud* Borges (2019, p.18), trata-se da experiência vivida pelo turista em um destino, onde “ora envolve participação direta, ora se limita à observação do

evento desportivo, geralmente incluindo atividades comerciais e não comerciais de natureza competitiva. ”

“O turismo de esporte possui características que o diferenciam dos outros segmentos, notadamente pelo fato de estimular, de forma simultânea, diferentes segmentos do setor turístico, já que o turista interessado em evento esportivo visita não só a cidade-sede e participa das atividades associadas ao esporte (partida ou campeonato), mas acaba por consumir produtos e serviço variados. (BRASIL, 2015)” (BORGES, 2019, p.19)

Os efeitos do Turismo Esportivo são principalmente sentidos em megaeventos, como as Olimpíadas, a Copa do Mundo de Futebol, Formula 1, entre outros. No entanto, cada vez mais clubes de futebol estão trabalhando e envolvendo o comportamento do turismo em suas gestões com o objetivo de diversificar maneiras de gerar lucro, aproveitando-se do turismo.

O atrativo é um componente importante na cadeia do turismo, pois é ele quem motiva a viagem dos indivíduos. Beni (2004) *apud* Carraro (2010) figura a divisão desses atrativos, sendo compreendidos em: Naturais, Histórico-Culturais, Manifestações e Usos Tradicionais e Populares, Realizações técnicas e Científicas Contemporâneas e Acontecimentos Programados. Bezerra; Curvello e Zouain (2019, s/p) ressaltam as ações tomadas pelos clubes de futebol para estarem inseridas nesse contexto.

Enfatiza-se que a utilização dos espaços nos estádios/arenas para *tours* e museus, são atividades que têm gerado grandes receitas, principalmente, para aqueles que apresentam tais serviços pautados em novas experiências para os torcedores. Clubes de marca internacionalizada, trabalham o marketing desses serviços e já se tornaram atrativos turísticos de suas cidades, onde recebem milhares de torcedores/turistas por mês em suas instalações, em busca da vivência na história dos clubes e suas conquistas.

Para retratar a fala anterior, usa-se como exemplo o futebol europeu ou mais precisamente o clube catalão FC Barcelona, símbolo de êxito na fusão entre Turismo e Futebol.

É impossível falar da cidade de Barcelona sem mencionar ou recordar o clube de futebol que leva o mesmo nome. Isso porque o turismo se tornou uma das

principais fontes de renda da equipe, pois sua marca global, seria um grande contribuidor para impulsionar a imagem da cidade. Garcia (2018) *apud* Oliveira, (2021) realizou uma pesquisa com vistas a medir a influência do “Barça” na localidade. Os questionários, aplicados em quatro pontos turísticos catalães, evidenciaram que 68% dos participantes da entrevista tiveram como uma das motivações de viagem a visita ao antigo *Camp Nou* - atual *Spotify Camp Nou*, - estádio do Barcelona e 41% da amostra total o considera como principal fator motivador da viagem. O atrativo descrito não é só objeto de atenção pelos jogos, que atrai visitantes de todas as partes do mundo. Cabe mencionar que o diferencial no turismo da cidade de Barcelona é o produto “*Camp Nou Experience*”, promovido junto a *Turisme* de Barcelona, um Tour realizado no estádio, possibilitando a conexão dos apaixonados por futebol e torcedores à atmosfera catalã.

Essas iniciativas realizadas pelo FC Barcelona são de suma importância e impactam no progresso do clube. Menciona-se, também, as marcas que essa experiência deixa nos torcedores e turistas, pois dão a possibilidade aos amantes do esporte de terem a experiência de entrar em locais inacessíveis em dias de jogos, onde seus ídolos passaram e deixaram sua marca, conquistando suas vitórias e moldando toda a história. Poder estar em contato dessa maneira, faz com que o visitante possa explorar o máximo de sua imaginação e reviver momentos marcantes em sua memória. (BEZERRA; CURVELLO e ZOUAIN 2019, s/p)

Smaniotto e Bandeira (2013) relatam que as experiências já começam anterior a ida do torcedor/ turista às instalações do clube, pois estes utilizam dos transporte, alimentação e hospedagem, até as lojas, farmácias e supermercados, desta forma, contribuem ao desenvolvimento da cidade ao gerar rendas mais além do atrativo.

Outro ponto importante apresentado pelas autoras é que, além do retorno financeiro, a associação entre clubes de futebol e turismo representa a “valorização da sua história, tão prezada e estimada pelo clube, assim como admirada pelos torcedores. ” (p.12). Essa herança, sem dúvidas, é bastante significativa para os pequenos times das cidades, que não possuem as mesmas coberturas da mídia em geral e precisam de ações para aproximar o público e manter sua memória viva. Nesse sentido, Carraro (2010, s/p) descreve se algumas ações forem realizadas para qualificar as estruturas dos clubes de futebol, e para narrar as suas histórias e

seus feitos em museus e memoriais, o esporte pode se tornar importante não apenas no segmento Turismo Esportivo, mas também no segmento Turismo Cultural, já que as suas práticas fazem parte das culturas nacional e local.

Como exposto por Borges (2019, p. 25) entre os esportes, o futebol é o mais praticado e visto no mundo. No Brasil não é diferente. Entre nós, constitui “paixão nacional”. No entanto, o futebol brasileiro, todavia não logrou beneficiar-se de suas potencialidades e está em desvantagem em relação à Europa, por exemplo, graças a falta de organização (AMARAL, 2007 *apud* SMANIOTTO e BANDEIRA, 2013).

No entanto, com a realização da Copa do Mundo no Brasil em 2014, alguns passos passaram a ser dados em direção a uma possível colaboração entre a atividade turística e o futebol, principalmente nas arenas/estádios construídos a partir dos padrões propostos pela FIFA para a realização do Evento. Apesar de não ter recebido jogos do mundial de futebol, a Arena do Grêmio, localizada na Zona Norte de Porto Alegre, Rio Grande do Sul, posiciona-se como a pioneira em apropriar-se das arenas multiuso<sup>10</sup>, no entanto, esse conceito se difundiu nacionalmente como exigência da organização máxima do futebol. Ferreira (2015, p. 23) indica que os estádios brasileiros que serviram à Copa foram idealizados como “cópia” dos principais modelos de estádios existentes na Europa, voltados para a questão de conforto e segurança, e ainda, dentro da concepção de arenas multiusos, oferecem uma variada opção de produtos e serviços ligados diretamente e indiretamente ao espetáculo esportivo.

O autor descreve que tais arenas assumem características de desfrute ao visitante que viaja com objetivo de prestigiar o jogo da bola, “uma vez que o turismo futebolístico também recai sobre a lógica mercadológica, pois se torna uma prática intrinsecamente associada às demandas do espetáculo e do consumo esportivo e requer dividendos econômicos para usufruí-lo.” (p. 23)

Ao mesmo tempo que Borges pontua que (2019, p.19) “é comum que grandes eventos esportivos deixem uma herança positiva para as cidades, entre as quais melhoria na arquitetura, infraestrutura urbana, etc.”, Ferreira (2015) discorda quanto ao legado deixado pela Copa do Mundo em relação às arenas, uma vez que esse processo de substituição dos grandes estádios por arenas multiuso tende a retirar do futebol o seu caráter de espetáculo de massa e torná-lo um produto regido por

---

<sup>10</sup> Disponível em: <<https://gremio.net/conteudo/index/18>>. Acesso em 04 de maio de 2022.

regras de oferta e demanda, assumindo, portanto, um caráter de segmentação exclusiva com seu público.” (FERREIRA, 2015, p. 96)

Com essa modernização, os estádios passaram a receber, majoritariamente, as classes que assemelham as dominantes nos primórdios do futebol no Brasil. Ou seja, o evento impôs uma nova barreira financeira aos amantes do esporte.

Segundo o site oficial da Copa do Mundo de 2014 *apud* Carraro (2010), os números de países que já sediaram a Copa do Mundo de Futebol comprovam que o evento pode não ser o acontecimento esportivo de maior porte do planeta, mas com certeza é o que tem maior apelo midiático e maior capacidade de gerar recursos para os setores direta e indiretamente envolvidos em sua realização. Para qualquer país onde seja realizado, o evento tem o apelo de uma vitrine capaz de mostrar a milhões de telespectadores de todos os cantos do planeta aspectos que vão muito além de estádios e disputas esportivas. ”

Entretanto, apesar das promessas e idealizações para o pós-copa, nem todas as cidades sedes vislumbraram um legado contínuo, resumindo-se somente em estádios. Um exemplo é a cidade de Manaus, que construiu a majestosa Arena da Amazônia, inaugurada no dia 9 de março de 2014, com custo superior a R\$ 620 milhões, motivo de euforia da população na época. Hoje trata-se de um “Elefante Branco” plantado no meio de uma das Avenidas mais conhecidas da cidade, a Constantino Nery, sendo apenas mais uma construção cara num ambiente em que pouco se desenvolve o futebol e o mais notável “efeito” da Copa do Mundo em terras barés.

### 3.1 AS HERANÇAS DA COPA DO MUNDO DE 2014 PARA O AMAZONAS

Pela segunda vez na história, o Brasil voltaria a sediar uma Copa do Mundo. A escolha se deu no dia 20 de outubro de 2007, na Suíça, sendo motivo de comemoração por parte da comitiva responsável por defender a candidatura brasileira (composta pelo presidente da República, Luiz Inácio Lula da Silva, o craque Romário e o escritor Paulo Coelho) e gerando grandes expectativas nos brasileiros, pois além da possibilidade de ver a seleção nacional ser Hexa em casa,

o megaevento representaria o “fio condutor” para acelerar mudanças que beneficiaram a todos, atingindo o social, econômico, ambiental, etc.

Realizada a eleição do Brasil para o Campeonato Mundial de 2014, restava, nesse momento, eleger as cidades que receberiam os jogos. Dezoito cidades se mostraram interessadas, sendo elas: Belém, Belo Horizonte, Brasília, Campo Grande, Cuiabá, Curitiba, Florianópolis, Fortaleza, Goiânia, Maceió, Manaus, Natal, Porto Alegre, Recife/Olinda, Rio Branco, Rio de Janeiro, Salvador e São Paulo. Contudo, desse total, apenas seriam eleitas doze localidades. Para isso, a FIFA exigiu que cada uma das candidatas preparasse um caderno expondo suas propostas para construção do estádio, que deveriam atender aos padrões da entidade máxima do Futebol Mundial, infraestrutura, mobilidade urbana, aeroportos, segurança, rede hoteleira, turismo, “entre outros equipamentos necessários para estar apta a receber os jogos da Copa do Mundo.”, bem como deveria estar junto a esse material um vídeo que evidenciasse os elementos mais relevantes e característicos da cidade e Estado (ANDRADE, 2013, p. 33-34).

Para Chiquetto (2014), a candidatura de Manaus tinha como principais argumentos o destaque nacional da cidade a partir da Zona Franca, contribuindo significativamente ao Produto Interno Bruto - PIB do Brasil. Ainda segundo o autor, o caderno apresentava apelos quanto ao desenvolvimento sustentável e turismo ecológico, uma vez que a cidade manauara está localizada no “Coração da Floresta Amazônica”. Dessa forma, no documento enviado a FIFA estava retificado que “Com 3,2 milhões de habitantes, o Amazonas é um estado moderno que vem enfrentando com sucesso o grande desafio de conservar esse patrimônio natural e, ao mesmo tempo, combater a pobreza e promover o crescimento econômico. Para isso, colocou em prática uma política de desenvolvimento que combina a implantação de polos industriais não poluentes, com a exploração sustentável dos recursos da floresta. Uma ação do governo que tem como objetivo fazer do Estado um lugar ecologicamente correto, economicamente viável e socialmente justo. Afinal, as florestas do Amazonas são um patrimônio dos amazonenses, mas também de todos os brasileiros e um bem da humanidade. (RESPOSTA AO CADERNO DE ENCARGOS DA FIFA, 2009: 1 *apud* CHIQUETTO, 2014, p. 14).

Quanto ao vídeo enviado, Andrade (2013) descreve que ao longo dos cinco minutos e vinte e dois segundos se apresentam aspectos que se referem a Floresta

Amazônica, sua expansão territorial e as iniciativas para preservá-la. Já a capital do Amazonas é exibida como uma das localidades em contínuo desenvolvimento, com equipamentos aptos para receber a Copa do Mundo de 2014.

Outro ponto muito importante e presente no material preparado foi destacar a presença da paixão pelo futebol em terras barés. Esse discurso se impulsionou, principalmente, com a disputa travada com Belém, que também ansiava ser escolhida como sede, pois estes argumentam que a tradição futebolística no Pará era mais expressiva em comparação ao futebol amazonense, uma vez que “a cidade de Belém apresentaria vantagem por possuir melhor estrutura esportiva e participação dos times em campeonatos nacionais. ” (ANDRADE, 2013, p.36). Contrariando essa alegação, o governo do Amazonas respondeu à altura, descrevendo que:

“Manaus conta com um complexo esportivo de primeira linha: um estádio que será reformado em breve, uma moderna arena poliesportiva e uma vila olímpica cuja raia de atletismo é referência no país. E o mais importante: a população é apaixonada pelo futebol. No Amazonas é realizado o maior campeonato de peladas do mundo, o “Peladão”, com a participação de mais de mil equipes da capital e interior e cujas finais alcançam público superior a 20 mil torcedores por partida.” (RESPOSTA AO CADERNO DE ENCARGOS DA FIFA, 2009: 2 apud CHIQUETTO,2014, p. 17).

No que tange às propostas pertinentes à infraestrutura, traçou-se a construção de um estádio, a Arena da Amazônia, com capacidade de aproximadamente de 45 mil lugares; a construção de um BRT; a ampliação do Aeroporto Internacional Eduardo Gomes e a construção do Memorial Encontro das Águas, “obra para contemplar e valorizar a paisagem deste fenômeno natural, que além de ser utilizado para concentrar torcedores e simpatizantes interessados em assistir em telão os jogos da Copa” (ANDRADE, 2013, p.35).

Após a análise do caderno com as sugestões, e apesar da controvérsia gerada acerca de sua escolha, Manaus foi eleita uma das cidades-sede da Copa do Mundo de 2014, juntando-se a Cuiabá, Rio de Janeiro, São Paulo, Belo Horizonte, Porto Alegre, Curitiba, Brasília, Fortaleza, Salvador, Recife e Natal.

A realização do megaevento como a Copa do Mundo traz consigo poder de mudanças e impactos, que podem ser tangíveis e intangíveis. Ashton e Fagundes

(2014) indicam que os tangíveis se associam a oportunidades para gerar emprego e renda; o crescimento do turismo; melhoria nos espaços públicos, sobretudo nos estádios; aperfeiçoamento das rodovias estaduais e federais, produção de lucros, etc. Já os legados intangíveis se remeteriam ao fortalecimento das identidades nacionais e regionais; melhorias da qualidade de vida da comunidade; chance de ganhar reconhecimento internacional; valorização da cultura local, entre outros.

Diante desse quadro, que um campeonato mundial pode deixar como legado à cidade, as expectativas da população aumentaram, já que após o evento, a comunidade seria a principal beneficiada. No entanto, a euforia passou a dar lugar a preocupação devido aos excessivos gastos e a falta de planejamento para a realização do evento.

Ribeiro (2015, p.332) aponta que “Apesar deste montante de partidas, a cidade não foi preparada para a recepção adequada de turistas/torcedores [...]” frente à precariedade da infraestrutura, do sistema de saúde, aspectos de mobilidade, etc. Fato esse também é verificado por Narzetti (2015) ao comentar acerca do despreparo de Manaus, mas também evidencia que tal situação foi pacificada graças a hospitalidade do povo manauara.

A Empresa Estadual de Turismo no Amazonas - Amazonastur contabilizou que 119.925 mil turistas passaram por Manaus durante o evento, representando um aumento de 63% em relação a junho de 2013<sup>11</sup>. Além disso, a Amazonastur aponta que a arrecadação no mês de junho de 2014 foi de R\$ 689,15 bilhões - montante 6,19% superior ao que foi registrado em junho de 2013. Os dados obtidos pela instituição responsável pelo turismo local também revelam que 80% dos turistas estrangeiros desejam retornar à cidade, ou seja, essa seria a oportunidade ideal para fortalecer a atividade turística no Estado. Possivelmente, esse tenha sido um dos poucos efeitos positivos quando se trata de legados na Copa do Mundo em Manaus.

Em outros tantos aspectos as heranças do megaevento foram nulas. Na Matriz de Responsabilidade, um documento que aborda as infraestruturas fundamentais para a realização da Copa em uma cidade-sede Ribeiro (2015), estavam previstas a construção de Monotrilhos e BRTs. O primeiro era tido como

---

<sup>11</sup> Disponível em: <<https://g1.globo.com/am/amazonas/noticia/2014/07/turistas-injetaram-mais-de-r-3258-milhoes-no-am-diz-governo.html>>. Acesso em 20 de abril de 2022.

principal obra a ser realizada, mas a licitação para a obra foi cancelada a pedido do Ministério Público Federal (MPF), devido a irregularidades nos procedimentos abertos pelo Governo do Amazonas. ” (RIBEIRO, 2015, p. 335). O BRT também foi uma obra descartada, pois a prefeitura de Manaus e o Governo do Estado alegaram a inviabilidade de entrega da obra no prazo, em função de atrasos na aprovação e liberação de recursos. Como alternativa, a prefeitura iniciou em fevereiro de 2014 a implantação de um sistema de corredores exclusivos de ônibus, mas não há prazo para operação definitiva do sistema (RIBEIRO, 2015, p. 336).

Quanto a obra no Porto de Manaus, que previa melhorias em sua infraestrutura, sua finalização ocorreu pouco tempo antes do início dos jogos em Manaus e custaram R\$ 89,9 milhões aos cofres públicos (COPA, 2014 *apud* SANTANA; GUBITOSO; COLANTUONO, 2015).

A ampliação do Aeroporto Internacional Eduardo Gomes também constituiu um importante incremento para a Copa de 2014. Conforme Andrade (2013), a capacidade do equipamento turístico passaria de 6,4 milhões para 13,5 milhões de passageiros anuais, “com a construção de novas pontes de acesso, balcões de *check in*, ampliação do estacionamento e do terminal de passageiros como um todo (ANDRADE, 2013, p.41.” Antes do início do megaevento, o aeroporto manauara foi entregue com 87% das obras concluídas. De acordo com a Empresa Brasileira de Infraestrutura Aeroportuária - Infraero, para a ocasião faltavam a reforma das salas de embarque e a praça de alimentação e finalizar o estacionamento. Assim, as conclusões dos trabalhos foram adiadas, mesmo com a aplicação de R\$ 445,07 milhões.

Uma outra polêmica que envolve o aeroporto da cidade de Manaus é a consequência da reforma ao meio ambiente. Contrário ao discurso de sustentabilidade e “Copa verde”, as obras de ampliação implicaram no soterramento das nascentes do Igarapé Água Branca, um dos poucos com água limpa na capital, provocando seu risco de desaparecimento (RIBEIRO, 2015). Segundo o mesmo autor, em relação à questão ambiental, também vemos que a preocupação é mínima, os processos de licenciamento foram flexibilizados, supressão de vegetação e aterro de nascentes autorizadas. Tudo em função de se atender às demandas da Federação Internacional de Futebol - FIFA para a realização do Evento. Com isso, a

qualidade ambiental da cidade está sendo prejudicada e seu maior patrimônio está sendo perdido (RIBEIRO, 2015, p. 343).

Quanto às obras para uso esportivo, foram erguidos dois centros de treinamentos para receber as seleções, sendo eles: o estádio Carlos Zamith, localizado na Alameda Cosme Ferreira, Coroado, Zona Leste de Manaus e o Estádio Ismael Benigno, mais conhecido como “Colina”, endereçada no Bairro São Raimundo, Zona Oeste. Além de servir a copa, ambos os estádios ficariam à disposição do futebol amazonense. De acordo com Andrade e Braga (2014, p.16)

O que ficou ou como dizem “o legado da Copa”, foram dois campos oficiais de treinamento, que nem foram utilizados na Copa do Mundo, mas que podem constituir contribuições importantes para o futebol amazonense. Estes equipamentos adquirem status de principais locais para realização dos campeonatos em Manaus, uma vez que manter estes jogos na Arena da Amazônia pode representar muito mais gastos que lucros no mundo dos negócios.

Mesmo com o que se foi exposto anteriormente e outras questões que tratam os pós copa em Manaus mas não foram levantadas no presente trabalho, é unanimidade que o principal legado deixado pela Copa de 2014 se refere a Arena da Amazônia. Parte das exigências da FIFA para realização do evento na cidade, a construção foi realizada no antigo local do histórico estádio Vivaldo Lima, mais conhecido como Vivaldão. Modernizada, a capacidade de público na nova Arena alcançaria a 45 mil pessoas e assim como outros estádios, seria multiuso. Ribeiro (2012) demonstra que, semelhante a outras localidades sedes, as manifestações a favor da construção do estádio tinham como pretexto a capacidade de sediar, além de eventos esportivos, shows, festivais religiosos, visitas turísticas, entre outros. Nas hipóteses mais positivas, se justificava a utilização dessa edificação como meio de tornar o futebol amazonense mais forte. Ou seja, na teoria os resultados seriam os melhores possíveis, mudanças surgiriam, encaminhando a cidade e o Estado ao progresso. Porém, a realidade trouxe respostas contrárias.

Além de custar, aproximadamente, R\$ 669,5 milhões aos cofres públicos, no ano de 2021, o valor da manutenção do estádio, mesmo sem uso, chegou a R\$ 1

milhão ao mês<sup>12</sup>, também custeada pelo poder público. Se esperava, a partir do fortalecimento do futebol amazonense, um incremento na receita para auxiliar no financiamento das despesas, no entanto, Ribeiro (2015 p. 333) justifica que “os times locais já avisaram que não jogarão o campeonato amazonense na Arena, pois é grande demais e o custo é muito elevado para um público torcedor pequeno.” O mesmo autor continua citando a cidade de Manaus não tem tradição em esporte, nem tem feito investimento para modificar essa situação. A população, principalmente a de periferia e ribeirinha, não tem opções de lazer nem de esporte para os jovens, [...]. Nesse sentido, também podemos apontar que os investimentos em segurança estão todos voltados para o entorno da Arena, pouco ou nada beneficiarão a cidade. Como as demais obras e intervenções em Manaus, não se tem planejamento para o pós-evento (RIBEIRO, 2015, p. 341).

Dessa maneira, o principal legado da copa hoje é visto como um imenso “Elefante Branco”, ou seja, utilidade praticamente nula ou pouco sentida, levando em consideração que as sedes da Copa do mundo “[...] são tratadas como negócio e não como espaço da coletividade destinado ao bem-estar comum, o que pode resultar em um quadro excludente e segregador.” (BONFIM; KOZEL, 2012, p. 23).

Um evento como a Copa do Mundo, com toda sua influência, pressupõe que seu legado na cidade eleita também perpetue o desenvolvimento do futebol local. Segundo citado anteriormente, na teoria, o futebol amazonense seria alavancado a partir da construção da Arena da Amazônia, mas a ideia foi refutada na realidade. Isso significaria que alternativas como investir nas instituições de futebol do Amazonas com vistas à ascensão regional e nacional não foram planejadas, ignorando por completo o cenário de visibilidade para mostrar que histórias, tradições e particularidades estão presentes no futebol das terras barés.

---

<sup>12</sup> Disponível em: <[https://esportes.yahoo.com/noticias/com-sa%C3%BAde-em-colapso-amazonas-053000478.html?guccounter=1&guce\\_referrer=aHR0cHM6Ly93d3cuZ29vZ2xiLmNvbS8&guce\\_referrer\\_sig=AQAAADa4Q7qrgcMOMizoTsz6HDW6UUTNsAE3UV12gs5vDNjsoHBzvlIvfApcdNvXNGGkHbJuq-1o0qhY8RmqUL6xTK7nU4nc6qluOQef3ERQo\\_KWupMLiWj-AUofgyqjJ8WizDZhy50az\\_O2i4pJV5j928BM0L317tctGz-z1SB1puX](https://esportes.yahoo.com/noticias/com-sa%C3%BAde-em-colapso-amazonas-053000478.html?guccounter=1&guce_referrer=aHR0cHM6Ly93d3cuZ29vZ2xiLmNvbS8&guce_referrer_sig=AQAAADa4Q7qrgcMOMizoTsz6HDW6UUTNsAE3UV12gs5vDNjsoHBzvlIvfApcdNvXNGGkHbJuq-1o0qhY8RmqUL6xTK7nU4nc6qluOQef3ERQo_KWupMLiWj-AUofgyqjJ8WizDZhy50az_O2i4pJV5j928BM0L317tctGz-z1SB1puX)>. Acesso em 15 de abril.

### 3.1.1 O potencial do futebol amazonense

Analisar os primórdios do futebol no Amazonas é trazer à tona fatos e histórias que se perderam com o tempo, mas que são fundamentais para o resgate do que um dia foi glorioso em terras barés. Na pesquisa realizada por Neto (2017), que investiga o início da modalidade em terras amazonenses, informações valiosas são apresentadas. O autor evidencia a hipótese de introdução do futebol em terras barés pelas mãos dos indígenas Cambebas, ao se basear no depoimento do naturalista francês Charles Marie de La Condamine, que em expedição científica pela Amazônia, no ano de 1743, encontrou um jogo que se assemelhava bastante ao futebol praticado nos dias atuais, com suas regras e tinha como o objetivo final atravessar as bolas entre as duas varas no solo. Além disso, aponta a contribuição dos ingleses, que chegavam a Manaus no período áureo da borracha, ao organizarem o primeiro time de futebol, que até hoje permanece desconhecido pela inexistência de fontes.

No entanto, a pesquisa realizada por Neto (2017) se destaca, principalmente, em salvaguardar a memória dos times que surgiram nos primórdios do esporte bretão em solo amazonense, contando um pouco de suas histórias, seus jogadores, os campos por onde passaram, etc. Para quem ama futebol, ter contato com tal fonte é um prato cheio.

Se configura como componentes importantes da história do futebol amazonense, em seus primórdios, os campos em que os jogos eram realizados e o primeiro craque que surgiu no esporte bretão. Se faz relevante ressaltar esses aspectos para que não caiam no esquecimento, sobretudo em tempos de desvalorização do futebol local.

Anterior ao estádio Vivaldo Lima, Arena da Amazônia e a Colina, os primeiros campos do futebol foram áreas que hoje passam despercebidas na cidade. São exemplos: o antigo Parque Amazonense, no bairro Adrianópolis; A Praça Floriano Peixoto, na Cachoeirinha; a Praça Antônio Bittencourt, conhecida como a Praça do Congresso, no Centro; Bosque Municipal, na Avenida Constantino Nery; a Praça da Saudade, no Centro; Praça da República (próximo onde hoje está situada no Paço Municipal) entre outros.

Nesses locais passaram inúmeros talentosos jogadores que contribuíram muito nos primórdios do futebol em terras barés, mas que, com o tempo, foram deixados para trás. No entanto, Neto (2017), em seu livro, resgata a história do primeiro jogador destaque no Amazonas, o artilheiro Cícero Moreira Costa.

Nascido em 5 de janeiro de 1894 no Pará, veio ainda criança para a Capital Manauara. A princípio o futebol não chamou sua atenção e classificou como “um esporte de brutos e selvagens”. Observando as partidas com mais atenção foi se apaixonando pelo futebol.

Cícero começou sua história no Reserve Club em 1909 com apenas 15 anos de idade. No mesmo ano já passou por mais dois clubes, o Amazonas Football Club e o Brasil Club. Essas trocas de equipes não pararam e ele defendeu também o Fluminense, Riachuelo, Brazilian Team, Combination Team, Sport Club Amazonense, Manáos Athletic e Rio Negro. Teve três passagens pelo Brasil, na qual, em 1913 migrou para o Nacional, clube que ajudou a fundar. Pelo “Naça” conquistou o Campeonato Amazonense de 1916 e 1917, ainda os maiores destaques eram os clássicos contra o Manáos Athletic e Rio Negro, onde ele sempre fazia belas exibições. Cícero também atuou no Remo, em Belém, conquistando tricampeonato paraense. Abandonou os gramados na década de 20 para se dedicar ao tênis. O eterno craque do futebol amazonense faleceu em Belém dia 5 de setembro de 1927 com 33 anos.

Neto (2017) destaca a existência de dois times que impulsionaram o futebol local. Tratam-se do pioneiro Racing Club Amazonense e o Manáos Athletic Club. No caso do primeiro, o fato de a elite inglesa impedir a prática do futebol entre os nativos perpetuou a fundação de um time, que não foi só pioneiro em aceitar brasileiros em Manaus, mas também em impulsionar o futebol local. Surgiu, em 13 de maio de 1906, no Café Itatiaya, localizado à rua Municipal, o Racing Club Amazonense, pelas mãos do maranhense apaixonado por futebol, José Conduru Pacheco.

O Racing era tradicionalmente tido como uma equipe forte no Amazonas, fazendo com que seus jogadores tivessem grande prestígio. Porém, ao longo do tempo o clube foi perdendo espaço para outras equipes mais competitivas, entre elas, o Manáos Athletic, tanto é que já no final de 1911, não possui o mesmo destaque de antes” (NETO, 2017, p. 123). Somado a isso também estava o

desinteresse por parte da diretoria, a crise financeira e a migração de seus jogadores a outros clubes. Desafortunadamente, é no ano de 1912 que a instituição é extinta, estando com seu nome eternizado na história do futebol do Amazonas. Em concordância com Neto (2017, p. 125), “Com certeza, o clube foi o maior responsável em solidificar o futebol na então “Paris dos Trópicos” e precisa ser inserido na história esportiva e cultural do Amazonas durante o período áureo da borracha.”.

Quanto ao Manáos Athletic Club, este foi fundado em 28 de junho de 1908 e nele só eram aceitos jogadores ingleses. Apesar da prática do críquete e tênis, o clube se destacava principalmente no futebol, vindo a se tornar a principal potência do futebol amador do Amazonas” (NETO, 2017, p. 186).

Segundo o mesmo autor, o Manáos Athletic teria sido o terceiro (ou talvez o segundo) clube a ser fundado por ingleses. O time de origem inglesa escreveu seu nome na história futebolística do Estado ao se tornar o primeiro campeão da Liga Estadual de Futebol, em 1914, (competição idealizada desde o ano de 1909, mas que apenas se concretizou em 1914) e se sagrar bicampeão estadual em 1915.

Após essas conquistas, a equipe desfilou-se da Liga Amazonense de Futebol e passou a se concentrar em outras modalidades. Tentaram retornar ao jogo da bola, mas não alcançaram o mesmo patamar pois boa parte de seus jogadores já não estavam mais em Manaus devido ao declínio da produção da borracha. O último jogo do Manáos Athletic foi no dia 6 de julho de 1924, enfrentando o Rio Negro, no Bosque Municipal. No entanto, como destaca Neto (2017) o time inglês não se extinguiu por completo, apenas se reformulou, dando origem ao Bosque Clube.

De todos os times surgidos nos primórdios, apenas dois sobreviveram. Nacional e Rio negro, ao longo dos tempos, se tornaram grandes times do futebol amazonense e protagonizam a rivalidade mais antiga e importante a nível estadual: O Rio-Nal.

O Nacional Futebol Clube foi fundado em 13 de maio de 1913, sendo, conforme Neto (2017), criado a partir da discordância dos dirigentes de um time desconhecido.

Como não foi encontrada solução para o conflito, Fernandinho, junto a outros atletas e dirigentes decidiram abandonar tal time e posteriormente fundaram o

Nacional. O autor apresenta duas versões sobre o local em que se constituiu a equipe. A primeira salienta a criação do clube na Rua Municipal, atual 7 de setembro, nº 200, bem ao lado da antiga prefeitura (Paço Municipal). A segunda relata outra versão, baseada nas anotações de Crisólogo Gastão, aponta que a decisão de criar o clube na verdade aconteceu na casa do professor Coriolano Durand, que se localizava na Avenida Joaquim Nabuco. Em um outro ponto de vista, a reunião de fundação do clube aconteceu nas dependências do prédio da Bolsa Universal, um famoso botequim da época (Neto, 2017).

Na casa de Cariolano, ficou decidido que apenas se aceitariam jogadores brasileiros, ao contrário do Manáos Athletic, composto apenas por jogadores ingleses. Por conta disso, o primeiro nome foi Eleven Nacional. Porém, a nomeação não era condizente com a ideia do clube, de apropriar-se apenas de atletas nacionais. Dessa maneira, o Eleven se transformaria em Onze, sendo, então, batizado de Onze Nacional.

Em 1914, já oficialmente organizado e estruturado, tornou-se um clube. E, novamente, sua nomenclatura sofre mudanças que perduram até os dias atuais. O Onze Nacional passa a se chamar Nacional Football Club. Seu primeiro presidente foi o professor Cariolano Durand e Fernandinho o primeiro capitão do time.

A partir daí, o “Naça” cresceu e se tornou uma das principais forças no que tange ao futebol da região, conquistando 42 títulos do Campeonato Amazonense; 21 títulos da Taça do Estado do Amazonas; 1 título Intercontinental (Copa do Rei Hasan de Marrocos); 1 título Continental (Torneio Internacional Pacto Amazônico); 1 título Nacional (Torneio Nacional Centro/Sul x Norte/Nordeste), entre outras conquistas interestaduais do Leão da Amazônia<sup>13</sup>.

O Atlético Rio Negro Clube surge em 13 de novembro de 1913, idealizado pelo apreciador de futebol chamado Schinda Uchôa, no auge de seus 16 anos. A escolha do nome da agremiação estava relacionado ao rio que atravessa o território amazonense, o Rio Negro, mas, de acordo com o apontado por Neto (2017), isso também foi motivado pela vista da casa de Affonso do Nascimento, o Carranza, que contemplava o já citado rio, local onde também foi a primeira sede do clube. No mesmo dia em que foi assinada a ata de fundação, também foi escolhido Edgar

---

<sup>13</sup> Disponível em: <<http://www.fafamazonas.com.br/site/clubes/nacional/>>. Acesso em 02 de maio de 2022.

Lobão como o primeiro Presidente do clube por ser o mais velho do grupo que presidiu o clube até 27 de abril de 1914, quando o Senhor Raimundo Sá Antunes assumiu o cargo. A primeira aparição nos gramados foi dez dias depois, onde enfrentaram um time da Escola de Aprendizes Marinheiros, ganhando com o placar de 4 x 0.

Após esse primeiro desafio, os jovens convidaram o Vasco da Gama, com pouco mais de um mês de fundação, e o Naval para batizar de vez a equipe. Após semanas de treinamento a equipe titular do Rio Negro enfrentou o Vasco e a equipe reserva enfrentou o Naval. A equipe que combateu os portugueses contava com o jovem Leopoldo, mais conhecido como Pudico, que viria a se tornar o primeiro craque da história do clube. Pudico, que foi um dos fundadores do Rio Negro, contava na época com 15 anos e, antes de pertencer ao clube, fazia parte do time reserva do Nacional. Anos depois entraria na política, se tornando governador do Estado. (NETO, 2017, p.275)

Contra o Naval, o “Barriga Preta<sup>14</sup>”, mesmo com o time reserva, venceu por 3 x 0. Já contra o Vasco da Gama, o Rio Negro perdeu por 5 x 1 e não satisfeito, convocou o time cruzmaltino para uma revanche, novamente perdendo, agora por 5 x 2.

No ano de 1914 foi fundada a Liga Amazonense de Futebol e o Rio Negro foi um dos clubes que se disponibilizou para jogar as duas divisões e com isso começar sua história no futebol. O clube teve também outras modalidades esportivas mas seu caminho mais vitorioso foi no esporte bretão sendo suas principais conquistas: 16 títulos do Campeonato Amazonense; 1 título Intercontinental (Torneio Internacional de Georgetown Guiana); 1 título Inter-Regionais (Torneio Norte-Nordeste); 3 títulos regionais, dentre outras conquistas do clube ao longo dos anos<sup>15</sup>.

Com o cenário do futebol cada dia mais apaixonante e popular viu-se a necessidade da criação de uma Liga. A ideia que foi sendo construída desde 1909 só teve sua concretização no ano de 1914, no dia 6 de Janeiro. A reunião, que contou com a presença dos representantes dos clubes, elegeu a primeira diretoria e o Coronel Ramalho Júnior (mais adiante foi Governador do Estado) como primeiro

---

<sup>14</sup> Apelido por qual também é conhecido o Rio Negro.

<sup>15</sup> Disponível em: <<http://fafamazonas.com.br/site/clubes/atletico-rio-negro-club/>>. Acesso em 2 de maio de 2022.

Presidente da Liga Amazonense de Football. Em conjunto, foi elaborado o estatuto e as regras do Campeonato Amazonense.

Manaus, em 1914, era tida como “Paris dos Trópicos” pela sua relação com a Europa por conta da exportação da borracha. Nesse ano iniciou-se a Primeira Guerra Mundial no velho continente, trazendo consequências para a capital manauara: o início do declínio do ciclo da borracha. Mesmo com todas dificuldades econômicas que vieram com a Guerra, ocorreu o primeiro Campeonato Amazonense de Futebol tendo duas divisões.

Na 1º divisão se inscreveram os seguintes clubes: Nacional, Manáos Sporting, Rio Negro, Vasco da Gama e Manáos Athletic.

Na 2º divisão se inscreveram os seguintes clubes: Manáos Sporting, Naval, Onze Português, Vasco da Gama, Stellite, Luso e Rio Negro. Os clubes que participaram das duas divisões (Manáos Sporting, Vasco da Gama e Rio Negro) jogaram com o time principal na primeira divisão e com o time reserva na segunda divisão<sup>16</sup>.

Como mencionado, o Manáos Athletic, time de origem inglesa, conquistou o primeiro título do campeonato amazonense, sagrando-se bicampeão em 1915, sob regime amador.

Em 1964 o Amazonas aderiu ao profissionalismo em seu futebol, mesmo com a prática regulamentada desde 1933. O primeiro campeão nessa nova roupagem foi o Nacional Futebol Clube.

Conforme Pacheco *et al* (2012), o futebol amazonense vivenciou seu auge principalmente entre os anos de 1950 a 1980. Corroboram com essa ideia Andrade e Braga (2014), ao relatar a multidão, que no domingo, se dirigia para acompanhar seus times nos estádios. Para se ter ideia, Zamith (2008), em seu prestigiado livro “Baú Velho” em 1969, pela Taça Amazonas, no estádio da Colina foram registrados 23.152 mil pagantes, arrecadando um total de 51.856,00 Cruzeiros. O autor descreve que mesmo com essa quantidade vendida, muitos tiveram de retornar para suas casas com a entrada na mão, “porque não havia condições de entrar no estádio” (ZAMITH, 2008, p. 175).

---

<sup>16</sup> A primeira divisão foi realizada no Bosque Municipal e a segunda na Praça Floriano Peixoto (Neto, 2017)

O Parque Amazonense, palco de grandes confrontos entre as equipes locais, em 20 de abril de 1969 também registrou seu maior público, totalizando 13,828 pagantes, que prestigiaram o jogo entre Nacional x Fast Club. Zamith (2008, p. 180) relembra com nostalgia esses tempos de glória.

“E quem não se lembra também, com saudade, dos dias de jogos com desfiles de carros pelas ruas da cidade nas manhãs de domingo conclamando os torcedores a irem ver seu time jogar? As bandeiras dos clubes começavam a tremular bem cedo e a tarde, depois do meio-dia, o movimento dos desportistas a caminho do Parque ou da Colina era uma festa. O lado feminino tinha entrada grátis, sempre presente em grande número e a qualquer jogo. Todos estavam acomodados em lugares desde o início da partida de aspirantes, o chamado "estria sol" no Parque pegava o melhor lugar quem chegasse mais cedo.”

O progresso do futebol baré acompanhava outros avanços da sociedade manauara. No ano de 1967 é instalada na localidade a Zona Franca de Manaus como parte da política intervencionista dos militares que, na época, comandava o Brasil. De acordo com Gaudêncio (2013, p.6), parafraseando Petit (2003, p. 75-85), Manaus ganha importância no processo de “integração” da Amazônia iniciada pelos militares e o seu discurso nacionalista, sendo o local que o Presidente Médici em seu discurso proferido na capital do Amazonas, em outubro de 1970 enfatiza que a primeira fase de sua política para Amazônia iria começar por essa cidade.

A ideia de promover o desenvolvimento em regional abraçou vários aspectos, inclusive o futebol. Segundo Gaudêncio (2013, p.7) em 1979, “a Confederação Brasileira de Desportos - CBD ampliou o número de Clubes de Futebol no campeonato brasileiro, abrangendo, agora, 94 times, alargando “o espaço político do regime”

Entre a década de 60 e 70 ocorreram dois eventos importantes para a história do futebol local.

Em meados de 1960, segundo exposto por Lima e Dantas (2014), instalou-se uma disputa sobre quem seria responsável por dirigir o futebol Amazonense. A Federação de Desportos Athleticos - FADA, naquele momento, era a encarregada dessa tarefa. Entretanto, a FADA padecia de uma crise financeira, somado ao fato de que os torcedores não compareciam aos jogos com intensidade e a qualidade das partidas decaíam.

“Dentro desse contexto, os clubes locais, juntamente com uma instituição, a Associação dos Cronistas e Locutores Esportivos do Amazonas – ACLEA, começaram o processo de desvinculação oficial da FADA, visando fundar uma nova instituição gestora do futebol no Amazonas, que viria ser a Federação Amazonense de Futebol – FAF.” (LIMA E DANTAS, 2014, p. 85)

A Federação Amazonense de Futebol - FAF, nasce em 1966, tendo como primeiro Presidente Flaviano Limongi. Além de outras figuras importantes do esporte amazonense, Lima e Dantas (2014) relata que clubes de futebol como Rio Negro, Nacional, Fast Club, Sul América, Olímpico, América e União apoiaram a criação da instituição, buscando uma nova forma de gerir o esporte no estado.

Acredita-se que daqui por diante as nossas esperanças aumentam e ninguém quer mais um futebol medíocre, desassistido e desamparado. Esse futuro promissor com que sonhamos nos será oferecido pela FAF, ela que veio trazer de volta a alforria do nosso futebol. (JORNAL A CRÍTICA, 20/10/1966 *apud* LIMA E DANTAS, 2014, p. 88)

A construção do histórico Estádio Vivaldo Lima, o Vivaldão, se concretizou como um outro capítulo da história do esporte amazonense. Inaugurado parcialmente em 1970, recebeu esse nome em homenagem a importante figura esportiva do estado. O jogo inaugural contou com a participação da Seleção Brasileira (A e B) contra a Seleções do Amazonas, com vitória por 4 x 1 em ambas partidas da seleção canarinha, que viria a conquistar a Copa do Mundo pela terceira vez em julho do mesmo ano.

Com capacidade para 43.000 pessoas (sendo apenas liberados 31.000 lugares nos jogos), o maior público registrado foi de 56.950 pessoas, na partida entre o Fast Club e Cosmos, no ano de 1980, que terminou 0 x 0<sup>17</sup>.

O primeiro time estrangeiro a desfilar no seu gramado foi o Futebol Clube do Porto, meses depois da parcial inauguração, em 1971, quando a equipe portuguesa realizou dois amistosos contra Nacional e Fast. Contra o “Naça”, o Porto venceu por 3 x 2 e na disputa com o Fast, novamente venceu, agora por 3 x 1 (ZAMITH, 2008).

---

<sup>17</sup> Disponível em: <<https://ge.globo.com/am/futebol/noticia/ha-exatos-50-anos-antigo-estadio-vivaldo-lima-era-inaugurado-confira-momentos-marcantes.ghtml>>. Acesso em 2 de maio de 2022.

Em 1995, o estádio foi remodelado e voltou a receber grandes jogos como Brasil x Colômbia na reinauguração e mais à frente Nacional x Vasco da Gama. Já em 19 de março de 2010, o Vivaldão foi fechado para posterior demolição, pois o local onde estava situado passaria a abrigar o moderno estádio multiuso Arena da Amazônia, para os jogos da Copa do Mundo de 2014, uma grande perda para a história do Amazonas.

Pacheco *et al* (2012), apontam que o rádio é uma das principais ferramentas do desenvolvimento do esporte no Amazonas. Os autores relatam que “Os cronistas de rádio eram fascinados pelo esporte, isso os motivava a promover e narrar os jogos, porque o rádio passou a ser um grande veículo de comunicação de massa em qualquer horário com um espaço aberto para o esporte.” (PACHECO *et al*, 2012, n.p)<sup>18</sup>

A Associação de Cronistas e Locutores Esportivos do Amazonas - ACLEA foi fundada em 1956 pelos radialistas apaixonados pelo esporte bretão, com iniciais 27 sócios, número que passou a aumentar ao longo do tempo, pois a instituição seria uma das forças para promover o desenvolvimento do futebol baré (PACHECO *et al*, 2012).

Na galeria de ilustres radialistas esportivos figuram os seguintes nomes: Arnaldo Santos, referência no jornalismo esportivo local por sua trajetória no esporte amazonense; Orlando Rebelo, lenda do esporte na TV e Rádio, eternizado “O locutor da Amazônia”; Flávio Souza, escritor de crônicas esportivas e compositor dos hinos do Rio Negro, Olímpico e Nacional; Dudu Monteiro de Paula, importante apresentador de programas esportivos no estado; Flaviano Limongi, considerado como “patriarca do futebol amazonense” (PACHECO ET AL, 2012, n.p), pois segundo Paula (2012) *apud* Pacheco et al (2012) apoiou a construção do Vivaldão e posicionou o futebol local na primeira divisão, entre outras figuras que entraram para história.

Após os anos de ouros e a euforia, o futebol no Amazonas regrediu significativamente. Zamith (2008, p. 179) descreve bem tal situação.

---

<sup>18</sup> Fonte não paginada

“O futebol amazonense há muito tempo anda capenga. Não há perspectiva de se voltar tão cedo aos bons tempos do final da década de 60 ao menos até o início dos anos oitenta. Muitos ainda lembram do tempo em que os jogos eram disputados nos campos do Parque ou da Colina, o primeiro quase sempre com casa cheia, embora de pequena capacidade de público, mas com a vantagem de sua localização de fácil acesso ao torcedor dos bairros próximos. A verdade é que o nosso futebol já foi empolgação, mexeu com esta cidade nos dias de jogos, envolvendo Rio Negro, Nacional, Fast, Olímpico, Rodoviária, Sul América, São Raimundo e América, praticamente todos no mesmo nível”

Para Neto (2017), a partir da década de 90, o futebol amazonense passou a sentir efeitos negativos. O autor descreve os fatores que propiciaram a decadência do esporte local, como a má administração das instituições responsáveis por gerir o futebol no Estado, a escassez de recursos, a falta de incentivo, jovens promessas do esporte deixando a localidade para buscarem oportunidades nos principais centros, e outros. Além disso, sublinha o enfraquecimento do vínculo dos habitantes com times da região, perdendo a identidade com a terra, pois hoje preferem times, em sua maioria, de Estados como Rio de Janeiro e São Paulo.

Nesse viés, é importante citar que a importação de jogadores de outras localidades, entre os anos de 1960 e 1980, “afetou diretamente a relação de identidade cultural e social com o povo local” (LIMA E DANTAS, 2014, p. 94). Com acúmulo de atletas de diversos Estados, que muitas das vezes não eram profissionais, os pratos das casas eram esquecidos, sendo lembrados “[...] na mídia depois da inflação de jogadores no Estado, e quando a qualidade das importações contratadas não satisfazia a mídia [...]” (LIMA E DANTAS, 2014, p. 91).

Contudo, apesar das dificuldades que se estabeleceram no futebol amazonense nos últimos anos, é preciso destacar o desempenho do São Raimundo Esporte Clube, que voltou a trazer visibilidade ao esporte bretão no norte. O Clube tornou-se Tricampeão da Copa Norte nos anos de 1999, 2000, 2001; conquistou o Campeonato Amazonense durante três anos seguidos, precisamente em 1997, 1998 e 1998 (além de outras conquistas, que totalizam 7 títulos) e chegou a disputar a Série B do Campeonato Brasileiro entre os anos de 2005 -2006, mobilizando torcedores a prestigiar os jogos no antigo Vivaldão. Conforme Gallego Campos (2020), após a queda para a Série C em 2006, o São Raimundo não conseguiu alcançar os mesmos feitos, passando por uma crise financeira que estagnou seu futebol.

Nos últimos dez anos duas equipes amazonenses têm mostrado sua força e dado passos importantes para reconstruir o futebol local. O Manaus Futebol Clube foi fundado em 05 de maio de 2013. Foi campeão da Série B do estadual no mesmo ano de sua criação e de 2017 a 2022 conquistou o Campeonato Amazonense. Em 2018 o Manaus FC obteve acesso à Série D de 2018 e no ano seguinte jogou a Série C nacional. Esse evidente crescimento animou os manauaras, que lotaram a Arena da Amazônia para apoiar o time. Exemplo disso foi o recorde registrado em 20 de julho de 2019, num jogo contra o Caxias, vencido pela equipe nortista por 1 x 0, que contou com 44 mil 121 torcedores<sup>19</sup>, um dos maiores públicos da Arena. Essa animosidade por parte dos residentes mostrou que, anos depois, o futebol voltava a ter importância.

O futebol feminino também passou a ter grande destaque no Amazonas graças ao Esporte Clube Iranduba da Amazônia. Sua fundação ocorreu em 18 de janeiro de 2011 e, bem como o Manaus FC, foi campeão da 2ª divisão do campeonato amazonense no ano em que nasceu. De 2011 a 2018 acumulou 8 títulos da Série A do Campeonato Amazonense Feminino e, segundo o site da FAF, o time feminino do interior do Amazonas ocupa a 12ª posição do ranking da CBF no futebol feminino<sup>20</sup>. Além disso, o “Hulk da Amazônia”, como também é conhecido, foi semifinalista do Brasileirão 2017 e ficou na 3ª colocação da Libertadores de 2018. Segundo Horácio (2010, n.p<sup>21</sup>) “O grande desempenho do time fez Manaus ficar conhecida como a capital do futebol feminino, o reconhecimento é no Brasil todo, todos conhecem o Iranduba e sabem que tem uma grande torcida.” Prova disso é que em 2017, na partida contra o Santos, foram registrados 25.371 presentes, sendo, até 2019, o jogo de futebol feminino com maior público da história<sup>22</sup>.

Com a chegada da pandemia, a equipe foi afetada pela perda de patrocínio, aumento das dívidas e despesas. No entanto, mesmo com as dificuldades, o Iranduba segue tendo grande potencial de crescimento no cenário nacional se forem feitos investimentos no time e continuará como motivo de orgulho para a população amazonense.

---

<sup>19</sup> Disponível em: <<https://radioriomarfm.com.br/manaus-fc-garante-acesso-a-serie-c-com-recorde-de-publico/>>. Acesso em 2 de maio de 2022.

<sup>20</sup> Disponível em: <<http://www.fafamazonas.com.br/site/clubes/ec-iranduba/>>. Acesso em 4 de maio de 2022.

<sup>21</sup> Fonte não paginada

<sup>22</sup> Disponível em: <<https://www.lance.com.br/selecao-brasileira/como-iranduba-futebol-feminino-ajudaram-mobilizar-esporte-manaus-palco-jogo-selecao.html>>. Acesso em 2 de maio de 2022.

Com esses cenários é possível perceber as possibilidades existentes para fazer do Amazonas e seu futebol desenvolvidos. Cabe destacar, também, a importância do campeonato amador local, o Peladão. Este nasce em 1973, pelo jornalista Messias Sampaio, sendo organizado pela Rede Calderado de Comunicação. Essa competição é creditada como “O maior campeonato de Peladas do Mundo”, pois o certame chega a receber mais de 700 times amadores, que se dividem nas seguintes categorias, de acordo com Chiquetto (2014): Peladão Verde Masculino; Peladão Verde Master - masculino; Peladão Verde feminino; Peladinho Verde - masculino; Peladão verde dos Povos Indígenas - Masculino; Peladão Verde dos Povos Indígenas - feminino. Também conta com o torneio paralelo que elege a Rainha do Peladão. Desde de 2012, essa eleição ocorre por meio do voto popular, pois as candidatas ao título de beleza participam do “A Bordo, o reality”, transmitido pela rede A Crítica de Televisão.

Segundo o Relatório Geral do XXXIII Peladão (2006) *apud* Gallego Campos (2007, p. 10) o Peladão tem como objetivo “a integração social do povo, através do Esporte, incentivando o potencial técnico e destacando a raça e a beleza da juventude amazonense”. Gallego Campos (2007) descreve, também, que a sociabilidade pertinente ao Peladão é fator primordial em seu sucesso. Além disso as deficiências organizacionais, administrativas e esportivas do futebol profissional também ajudam que o futebol amador possua mais apelo do que este. Além de vários jogadores preferirem o Peladão, este apresenta públicos maiores que o Campeonato Amazonense. (GALLEGO CAMPOS, 2007, p.11).

Portanto, no Amazonas, o Peladão é uma referência no que se relaciona ao futebol. Mesmo sendo um campeonato amador, a seriedade com que é organizado e o apelo que carrega o torna mais conhecido e falado que o Campeonato Amazonense. O maior campeonato de peladas do mundo compõe a identidade e cultura da região e movimentam a cidade. Sendo assim, “É, portanto, por meio da Manaus do Futebol que muitas pessoas que vivem na capital amazonense atuam sobre a grande metrópole manauara.” (CHIQUETTO, 2014, p. 204)

Diante disso o campeonato amador pode ser um instrumento do turismo, para que outros elementos da cultura e hábitos locais sejam difundidos mundo afora como uma outra face do Amazonas, um novo cartão postal da região, a realidade que permeia os quatro cantos do estado.

## 4 METODOLOGIA

Para Praça (2015, p. 73) a metodologia pode ser entendida como “caminho de estudo a ser percorrido”, justamente por nortear o que se averiguará num estudo. Segundo Prodanov e Freitas (2013), trata-se da “aplicação de procedimentos e técnicas que devem ser observados para construção do conhecimento, com o propósito de comprovar sua validade e utilidade nos diversos âmbitos da sociedade.”

Logo, descrever sobre a metodologia de um trabalho científico exige cautela por parte do pesquisador, pois é neste momento que são expostos, detalhadamente, os procedimentos que permitirão alcançar os objetivos propostos a uma pesquisa. Minayo (2001, p.16) destaca a necessidade da metodologia em estar relacionada a instrumentos claros, coesos e bem elaborados, de maneira a “encaminhar os impasses teóricos para o desafio da prática.”

Menezes *et al.* (2019), com base em Minayo (2010) salienta que a metodologia está relacionada aos objetivos específicos, desta forma, cada um destes devem estar ser descritos com cuidado e atenção, uma vez que este responderá ao objetivo geral formulado para o problema (explícito nos métodos).

Ainda sob a visão dos mesmos autores, é nesse tópico que devem estar implícitos o tipo de pesquisa assumido pelo trabalho; abordagem teórica em que será analisada e os procedimentos para execução da pesquisa.

### Quadro 1: Descrição metodológica.

<b>Classificação quanto à forma de abordagem</b>	<b>Classificação quanto aos objetivos de pesquisa</b>	<b>Classificação o quanto à escolha do objeto de estudo</b>	<b>Classificação o quanto à coleta de dados</b>	<b>Classificação técnica de análise de dados</b>
- Qualitativa;	- Exploratória; - Descritiva.	- Estudo de caso; - Amostra não probabilística	-Observação direta dados primários extensiva; - Formulário com questões abertas e entrevistas estruturadas; - Pesquisa bibliográfica.	- Análise de Conteúdo;

Fonte: TEIXEIRA, Maria, 2022

#### 4.1 FORMA DE ABORDAGEM

As formas de abordagens em uma pesquisa são expressas em dois caminhos: a quantitativa e qualitativa. No caso da primeira, trata-se da análise de um fenômeno a partir de critérios numéricos (APOLLINÁRIO 2004 *apud Menezes et al.*, 2019) com o apoio de métodos estatísticos. Quanto a de natureza qualitativa, esta não pode ser quantificada. Minayo (2001, p.22) descreve que essa abordagem lida “com o universo de significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes, o que corresponde a um espaço mais profundo das relações, dos processos e dos fenômenos que não podem ser reduzidos à operacionalização de variáveis.”.

Para o presente estudo, adota-se a abordagem de natureza qualitativa, tratando de verificar os objetivos específicos estabelecidos: estimar as contribuições do futebol fora das quatro linhas e sua relação com o turismo; contextualizar o futebol amazonense e a sua importância para a localidade; relacionar as contribuições do futebol amazonense como possível alternativa de atratividade para o Estado do Amazonas.

Menezes *et al* (2019) defende que o papel do pesquisador na abordagem qualitativa é vital. Corroborando com a ideia Prodanov e Freitas (2019) explicam que o investigador está em contato direto com o ambiente e o fenômeno que se estuda, logo, o trabalho de campo é mais intenso no panorama qualitativo. Relataram, também, que geralmente os pesquisadores analisam o objeto de estudo indutivamente, focando no processo e significados.

#### 4.2 OBJETIVOS METODOLÓGICOS

Em prol da pesquisa, os objetivos metodológicos que se assumem são os de caráter exploratório e descritivo. Igualmente, se relaciona ao trabalho a pesquisa de cunho exploratório. Menezes *et al* (2019, p.64) retratam essa classificação como auxiliar do pesquisador, pois ajuda a compreender tal assunto analisado, de forma que “[...] após o seu término, seus resultados possam levar a outras pesquisas com novas abordagens. ”

Associa-se como exploratório com intuito de conhecer melhor sobre objetivo geral do trabalho. Logo é descritivo em razão de explicar o porquê dos seguintes objetivos específicos tais como:

- a) Descrever as contribuições do futebol fora das quatro linhas e sua relação com o turismo;
- b) Contextualizar o futebol amazonense e a sua importância para a localidade;
- c) Relacionar as contribuições do futebol amazonense como possível alternativa de atratividade para o Estado do Amazonas.

Gil (2002) refere que a pesquisa de natureza descritiva é aquela que descreve as características de um fenômeno ou população, formando uma relação entre variáveis. Ainda segundo o mesmo autor, é o tipo de pesquisa que mais aprofunda o conhecimento da realidade, porque explica a razão, o porquê das coisas. Por isso mesmo, é o tipo mais complexo e delicado, já que o risco de cometer erros aumenta consideravelmente. ” (GIL, 2002, p. 41 *apud* MENEZES *et al*, 2019, p. 33)

#### 4. 3 AMOSTRA

No que tange a amostragem, o estudo trabalha com a não probabilística intencional, visando o alcance de mais dados de outras fontes para a observação do objeto de estudo.

Neste tipo de amostra, a escolha ocorre segundo o critério dos pesquisadores. Para isso, os elementos eleitos são aqueles que se acreditam tradicionais da população que se quer pesquisar. Tal critério, se razoável, pode trazer resultados satisfatórios ao pesquisador (Marotti et al, 2008). No entanto, conforme aponta Barros e Lehfeld (2007 *apud* Teixeira, n.p)<sup>23</sup> essa amostragem não deve generalizar as informações obtidas com a pesquisa, uma vez que apenas refletem as opiniões do grupo estipulado.

---

<sup>23</sup> Fonte não paginada

#### 4.4 TAMANHO DA AMOSTRA

O tamanho da amostragem se estabelece em dez pessoas, relacionadas com futebol e no Estado do Amazonas, sendo divididos em jornalistas esportivos, responsáveis de clubes amazonenses, gestor da Arena da Amazônia e coordenador do Peladão.

#### 4.5 COLETA DE DADOS

Oliveira *et al.* (2016) ressaltam que a coleta de dados é de suma importância para a pesquisa, uma vez que nesse momento o pesquisador alcança as informações pretendidas. Os mesmos autores também apontam que o êxito de um estudo científico provém da escolha ideal dos instrumentos de coleta de dados, buscando atender os objetivos e permanecendo em consonância com as técnicas utilizadas.

Assim, a coleta de dados pertinente a este trabalho ocorre por intermédio de formulários. Oliveira *et al* (2016, n. p) expressa que a característica dos formulários “é o contato face a face entre pesquisador e informante e ser o roteiro de perguntas preenchido pelo entrevistador, no momento da entrevista.” Atestam, também, que os dados obtidos por formulários se apresentem de maneira mais complexa e úteis à pesquisa.

Outro meio importante para se conseguir informações relacionadas a este trabalho são as entrevistas. Trata-se de uma técnica que auxilia no diagnóstico ou no tratamento de um problema social.” (OLIVEIRA *et al*, 2016, n. p). Dessa forma, trabalha-se com a entrevista de tipo estruturadas com a finalidade de se atingir questões pertinentes para os possíveis apontamentos da pesquisa.

#### 4. 6 ANÁLISE DOS DADOS

A forma convencionada para observar os dados obtidos é a análise de conteúdo. Conforme Silva e Fossá (2013, p.2), a análise de conteúdo tem sido

empregada na observação de dados qualitativos. Os autores destacam que essa consiste em “uma técnica de análise das comunicações, que irá analisar o que foi dito nas entrevistas ou observado pelo pesquisador”.

O processo de análise de dados vai proceder de quadros, o qual vai auxiliar no processo de entendimento do estudo.

#### 4.7 PROCEDIMENTOS TÉCNICOS

Os procedimentos técnicos relacionados são o de pesquisa bibliográfica e estudo de caso. Gil (2002) define pesquisa de meio bibliográfico a que se realiza com materiais já existentes, como artigos e livros, utilizados para desenvolver a presente investigação. Quanto ao estudo de caso, Branski, Franco e Junior (2010, p. 1) relatam que seu objetivo é “[...] explicar, explorar ou descrever fenômenos atuais inseridos em seu próprio contexto”, dessa forma, é bastante utilizado em estudos de natureza qualitativa.

#### 4.8 MÉTODOS

A reflexão para a construção do conhecimento a partir da temática estudada é analisada sob o viés do método indutivo, ou seja, algo que parte do particular para o mais geral. Prodanov e Freitas (2013) apresentam que a indução se parte da observância de fatos ou fenômenos que se anseiam conhecer.

Rodrigues, Keppel e Cassol (2019, p.80) apontam que a partir do individual para as generalizações é necessária uma análise ampla sob a ótica de diversas análises amostrais. Os autores apresentam três passos relevantes: “observação dos fatos ou fenômenos, compará-los, e descobrir a relação entre eles para posteriormente estabelecer generalizações a partir das considerações sobre as variáveis existentes”.

Chalmers (1993) *apud* Mendes e Filho (2019) concordam, ainda, que o método indutivo não seja uma garantia que tal argumentação é verdadeira, esta

permite que considerações sejam alcançadas acerca de algo parcialmente conhecido ou que ainda não se observou, diferindo do método de dedução.

## 5 RESULTADOS

Os resultados alcançados para o presente estudo foram obtidos a partir da aplicação da pesquisa à instituições e pessoas relacionadas ao futebol no Estado do Amazonas, contabilizando um total de dez participantes. Essa quantidade se divide em seis clubes de futebol do estado, sendo eles: Atlético Rio Negro Clube, Nacional Futebol Clube; São Raimundo Esporte Clube, Amazonas Futebol Clube, Princesa dos Solimões e Esporte Clube Tarumã; dois jornalistas esportivos do Estado; O campeonato de peladas “Peladão” e a Administração da Arena da Amazônia.

Salienta-se que a coleta de dados utilizada foram entrevistas e formulários, os quais levantaram questões que buscaram responder os objetivos específicos estabelecidos e evidenciar os caminhos a serem tomados para verificar de que forma o futebol amazonense pode contribuir para o fortalecimento da atividade turística no Estado do Amazonas.

### 5.1 DESCRIÇÃO DAS CONTRIBUIÇÕES DO FUTEBOL FORA DAS QUATRO LINHAS E SUA RELAÇÃO COM O TURISMO

No que tange ao primeiro tópico, foram levantadas três questões que buscaram explorar o alcance do futebol além das quatro linhas e como o esporte impacta o entorno. A primeira pergunta responsável por encabeçar os instrumentos de coletas do estudo foi a seguinte: “Na sua visão, as contribuições do futebol vão mais além das quatro linhas e podem beneficiar o seu entorno? ”

Os participantes, em unanimidade, concordam que o poder do futebol não se limita apenas ao campo, a bola, ao jogo e abrange muitos cenários da sociedade. Nas respostas obtidas, destaca-se o futebol como agente fundamental nos aspectos sociais, culturais, econômico educacional, ou seja, seu papel na sociedade é palpável.

**Quadro 2: Contribuições do futebol**

<b>Na sua visão, as contribuições do futebol vão mais além das quatro linhas e podem beneficiar o seu entorno?</b>	
<b>Participantes</b>	<b>Respostas</b>
<b>Amazonas FC</b>	“Sim, o futebol na sua essência é algo transformador para a vida das pessoas, tanto economicamente, social, cultural quanto psicologicamente.”
<b>São Raimundo E.C</b>	“Com toda certeza. O futebol, apesar de ser “apenas” um esporte, muitas vezes é a forma de expressão de um povo, de uma sociedade. Não é novidade dizer que é mais do que um jogo, mas o futebol movimenta mercados, povos. O futebol possui um lado sociológico importantíssimo é que, claro, faz com que toda uma região se beneficie (ou deveria, ao menos).”
<b>Princesa do Solimões</b>	“Sim.”
<b>Esporte Clube Tarumã</b>	“Sim. Pois o futebol faz parte da indústria do entretenimento que contribui com aproximadamente 1% do Produto Interno Bruto - PIB brasileiro e beneficia seu entorno nos seguintes aspectos: a) Econômico: Gera Trabalho, Emprego e Renda para vários segmentos de empresas e profissionais. b) Social: Por ser instrumento e ferramenta de inclusão social quando democratiza o acesso e as oportunidades independentes de condições sociais.”

<b>Jornalista 1</b>	“O jogo praticado dentro das quatro linhas é importante, o principal foco enquanto a bola está rolando, mas o entorno dele acontecem muitas outras coisas que são importantes para a economia local. A Arena da Amazônia é utilizada para turismo, as equipes promovem passeios envolvidos com os atletas. Quando transmitido para outras regiões, o jogo mostra a cidade e o Estado para outras regiões do Brasil e do Mundo.”
<b>Jornalista 2</b>	“Sim, o futebol tem o papel social fundamental fora de campo.”
<b>Atlético Rio Negro Clube</b>	“Sim, o futebol é uma coisa que é a paixão de todo mundo, acho que vai muito além, ela edifica essa parte social, essa parte cultural da cidade, não é só o futebol em si [...]”
<b>Nacional F.C</b>	“Sim, sim, o que vai além das quatro linhas? É o trabalho social do clube [...]”
<b>Peladão</b>	“[...] contribui de uma maneira significativa.”
<b>Administração da Arena da Amazônia</b>	“Sim.”

Fonte: Oliveira, 2022

O Nacional Futebol Clube vai além e demonstra com orgulho o engajamento do clube com a sociedade ao expor o trabalho social que promove com crianças e adolescentes, com o objetivo de afastá-los da violência das ruas da capital e do Estado.

“[...] nós temos um trabalho muito grande com um psicólogo dessas crianças, nós temos uma preocupação muito grande com esses adolescentes para que eles não saiam daqui pra se meter em droga, pra se meter em violência, pra se meter em coisas que não é capacidade de uma sociedade amazonense que hoje a violência impera no Estado do Amazonas, então a gente tenta resolver ao máximo esse lado social, dirigindo o adolescente pro caminho certo, onde ele possa ir sem ter problemas nenhum com a sociedade, dizendo assim, problemas com a sociedade que a gente vê é a droga, a violência, que eu te digo mais, é o roubo, é os jogos, as apostas, então você pega aí um garoto o cara oferecendo 20 mil, 30 mil, pro garoto entregar um jogo pra fazer isso, é uma luta muito grande pra gente colocar esses meninos no caminho certo. (Informação verbal)<sup>24</sup>

Outra contribuição mencionada acerca do esporte bretão se refere a maneira como um time pode contribuir para a identidade da cidade quando esse se torna uma das principais mensagens que determinada localidade passa ao seu turista, pois há reconhecimento da cidade como “[...] do Rio Negro, do Nacional, do Manaus, do São Raimundo, essa é uma referência que a cidade pode ter, como era um dia, sempre foi. [...] Essa parte turística que pode ser feita dessa forma.”<sup>25</sup>

No viés do futebol amador no Estado, O Peladão, que em 2022 completa sua 50<sup>o</sup> edição, é o representante mais importante nessa categoria, sendo considerado o maior campeonato de peladas do mundo. A competição, que mexe com os quatro cantos do Estado do Amazonas, mobiliza ruas, barros e municípios, trazendo grandes contribuições.

“Ele contribui de uma maneira significativa, porque o Peladão movimenta os 4 cantos da cidade, os 4 cantos aqui de Manaus todinha. Quando inicia a competição, temos jogos acontecendo nos finais de semana em todos os bairros praticamente, que são as eliminatórias, que vão desde a zona norte, a zona leste, zona sul e centro-oeste, todos eles ou a maioria acontecem no mesmo horário, só que em campos diferentes e envolvendo todas as categorias. Nisso há uma movimentação enorme, porque tanto pra lucratividade, porque tem campos que tem bares e comércios, então já vão lucrar aí em cima. Por isso que o Peladão atinge todas as classes sociais. atinge todos os níveis, tanto socioculturais quanto financeiramente falando.” (Informação verbal)<sup>26</sup>

---

<sup>24</sup> Nacional Futebol Clube. Entrevista (Julho, 2022). Entrevistador: Eloiza Fernanda da Silva Oliveira. Manaus, 2022. 1 arquivo Opus (60min)

<sup>25</sup> Atlético Rio Negro Clube. Entrevista (Julho, 2022). Entrevistador: Eloiza Fernanda da Silva Oliveira. Manaus, 2022. 1 arquivo Opus (45 minutos)

<sup>26</sup> Peladão. Entrevista (Julho, 2022). Entrevistador: Eloiza Fernanda da Silva Oliveira. Manaus, 2022. 1 arquivo Opus (30 minutos).

A segunda pergunta tratou de averiguar a opinião dos participantes acerca da influência do futebol no turismo, com isso, apresentou-se a seguinte indagação: “Futebol e turismo possuem características que potencializam uma relação de proximidade. É possível destacar que em ambas as atividades estão envolvidos o deslocamento de pessoas; geração de lucro e consumo de bens e serviços, a vivência de novas experiências, entre outros elementos. Ainda que a primeira vista essa união entre as suas variáveis seja paradoxal, na sua opinião, as atividades que envolvem o futebol podem ter uma influência direta ou indireta no Turismo e sociedade? ”

Os respondentes demonstraram concordância quanto ao futebol estar direta e indiretamente ligado a atividade turística, pontuando a importância que o esporte traz a uma cidade, a criação de oportunidades de emprego e renda, o movimento de pessoas em direção a determinada localidade por conta de uma equipe, dentre outros elementos destacados.

### **Quadro 3:A Influência do Futebol no Turismo**

<b>“Na sua opinião, as atividades que envolvem o futebol podem ter uma influência direta ou indireta no Turismo e sociedade? ”</b>	
<b>Participantes</b>	<b>Respostas</b>
<b>Amazonas FC</b>	“Direta, naturalmente a comercialização dos souvenir passa pela demanda turística de cada região com certeza!”
<b>São Raimundo E.C</b>	“O futebol, sem dúvida nenhuma, pode ter uma influência direta no turismo e sociedade de uma região. Eu, por exemplo, tenho uma vontade enorme de viajar para conhecer estádios e países apenas porque um ídolo nasceu, ou começou a jogar ali. O esporte como um todo possui uma influência enorme no turismo, pois há deslocamento de torcidas, de campeonatos e de interesse financeiro nisso também.”

<p><b>Princesa do Solimões</b></p>	<p>“Sim. O futebol proporciona um ativo no turismo. Podemos tomar por exemplo uma rodada de um campeonato, o time visitante quando vai a uma outra praça leva além dos seus jogadores, todo um staff da equipe, bem como incentiva seus torcedores a se deslocarem até o local da partida, gerando possíveis ganhos no que tange ao lucro do comércio local com o consumo de itens de alimentação e outros.”</p>
<p><b>Esporte Clube Tarumã</b></p>	<p>“Sim. As atividades que envolvem o futebol influenciam diretamente no Turismo e na Sociedade, pois permitem a geração de intercâmbio, divulgação e experiências, bem como o consumo de bens e serviços que geram oportunidades de emprego e renda.”</p>
<p><b>Jornalista 1</b></p>	<p>“O futebol, o espetáculo que pode ser criado em torno de uma partida pode despertar o sentimento em outra pessoa de querer conhecer o local onde está sendo praticado o esporte. Acredito que o futebol é fundamental para o turismo em muitas regiões e países.”</p>
<p><b>Jornalista 2</b></p>	<p>“Sempre terão.”</p>
<p><b>Atlético Rio Negro Clube</b></p>	<p>“[...] o futebol faz parte do Turismo da cidade, às vezes é conhecida só como o Brasil é conhecido, como país do futebol, sou do país do Romário, do Ronaldo, do Pelé, todo mundo sabe quem é, é Brasil, o brasileiro é recebido em todo lugar bem por conta do futebol, [...], por conta do futebol, criou uma identidade com o futebol, um respeito, e isso pode se tornar aqui na cidade da mesma forma, em qualquer lugar que vá a pessoa quer visitar um estádio de futebol [...]”</p>

<b>Nacional F.C</b>	“[...] nessa atividade que a pergunta fala aí de lucro, de dividendo, a parte social do clube que está sendo desenvolvida agora também coloco como turismo, porque a atração que eu coloco aí vem todo mundo ver e [...] você traz pra dentro do clube e ele passa a conhecer o clube isso pra mim é turismo. E aí ele vai vendo a piscina, ele vai ver a minha academia, ele vai vendo as coisas e vai voltar, toda pessoa que vem de fora aqui e não conheço eu tô fazendo turismo, eu tô fazendo uma administração do turismo.”
<b>Peladão</b>	“Pode sim!”
<b>Administração da Arena da Amazônia</b>	“Sim, com certeza.”

Fonte: Oliveira, 2022

Na visão do Peladão, verifica-se que essa junção é significativa e percebida, pois a competição, quando ocorre, movimenta a cadeia do turismo como um todo.

“Falando em termos de futebol, falando pelo Peladão, como falei pra você, temos times que vem de outras cidades, Iranduba, Manacapuru, Cacau Pereira, Careiro. Então esses times mobilizam a cidade deles pra competição e quando eles vêm pra Manaus, eles já sabem o que vão usar, onde vão se hospedar, essa questão de um dia, de um final de semana de um jogo. Isso vai movimentar bastante o turismo porque se eles vierem sozinhos vai ter um movimento barato, mas se vierem com a família com certeza vão investir, vão procurar pontos turísticos para conhecer.”<sup>27</sup>

Perguntados se a junção entre turismo e futebol pode ser sentida no estado do Amazonas, os participantes da pesquisa apresentaram opiniões diferentes. No quadro a seguir é possível observar respostas que indicam a pouca ou nenhuma

<sup>27</sup> Peladão. Entrevista (Julho, 2022). Entrevistador: Eloiza Fernanda da Silva Oliveira. Manaus, 2022. 1 arquivo Opus (30 minutos)

percepção da união entre as duas variáveis no Amazonas; a existência do impacto direto do futebol no turismo local e a possibilidade de evolução desse cenário.

**Quadro 4: A influência do futebol no turismo do Amazonas**

<b>É possível verificar se essa influência pode ser percebida no Estado do Amazonas?</b>	
<b>Participantes</b>	<b>Respostas</b>
<b>Amazonas FC</b>	"Ainda estamos engatinhando com esse formato, a procura por camisas é grande principalmente nas pessoas que visitam nossa região!"
<b>São Raimundo E.C</b>	"Hoje em dia, infelizmente, pouco se utiliza o futebol amazonense como uma influência de algo [...]"
<b>Princesa do Solimões</b>	"Em partes. [...]"
<b>Esporte Clube Tarumã</b>	"Não. Infelizmente ainda não é possível verificar essa influência no Estado do Amazonas, pois não há ações integradas e oferecimento de eventos esportivos que promovam essa integração. [...]"
<b>Jornalista 1</b>	"O Amazonas ainda não tem toda a influência do futebol no turismo. Os clubes do Estado ainda buscam serem protagonistas. O Manaus é quem mais tenta juntar futebol com turismo. O clube leva os atletas para conhecer aldeias, fazer passeios pela Amazônia e divulga em suas redes sociais."

<b>Jornalista 2</b>	"Ainda não. O futebol amazonense está em eterno desenvolvimento. Não é à toa que os jogos não pagam folha salarial, no máximo ajudam nos custos operacionais."
<b>Atlético Rio Negro Clube</b>	"É pouco ainda porque os grandes clubes estão fora da esfera nacional, se estivesse dentro da esfera eles seriam mais reconhecidos."
<b>Nacional F.C</b>	"É interagir, por exemplo, deixa eu te dizer assim, vem o Ferroviário jogar contra o Manaus, o Ferroviário aqui não tem campo de futebol pra treinar, então como nós temos um centro de treinamento eles pedem o centro de treinamento emprestado pra eles executarem o treinamento deles e depois vai pro jogo, então quer dizer, eu tô interagindo entre eles, estão conhecendo o clube e vão conhecer também a cidade, isso pra mim é turismo, é isso que o futebol entra direto no turismo, eu acredito dessa maneira, é um clube daqui ser bem receptivo e mostrar o que a cidade tem para oferecer além do futebol."

<p style="text-align: center;"><b>Peladão</b></p>	<p>“[...] Falando do futebol de maneira geral, envolvendo o Barezão, a copa do campeonato amador, o Peladão, falando de futebol local, envolvendo todas as classes, já envolvendo o Peladão. Quando um evento esportivo acontece em Manaus, lógico que a gente vê que se torna uma grande festa, se bem, como você falou, o futebol é um patrimônio cultural, ele vai movimentar bastante o turismo. Um exemplo grande que temos é quando vem a seleção ou outros jogos de fora pra jogar em Manaus, isso movimenta muito o setor turístico. A gente pode ver que os hotéis ali em torno da Arena da Amazônia, até mesmo os hotéis do Centro são bastante movimentados e isso movimenta bastante o fluxo de turistas na nossa cidade, então o futebol, como sendo uma paixão nacional, ele mobiliza muito mesmo essa questão turística.”</p>
<p><b>Administração da Arena da Amazônia</b></p>	<p>“Sim, muito bom.”</p>

Fonte: Oliveira, 2022.

O Princesa dos Solimões Esporte Clube, time do município de Manacapuru, ao mencionar que em partes turismo e futebol interagem, descreve um exemplo da maneira como isso pode ocorrer em terras amazonense, ao mesmo tempo em que indica a carência de ações que fortaleçam esses aspectos.

“Em partes. Vamos pegar o exemplo de uma final de campeonato disputada no interior do estado, como em Manacapuru ou em Itacoatiara. O torcedor se desloca até o município e lá se aproveita do que o município tem a oferecer, geralmente encontram-se em balneários com igarapés, lagos e rios, antes de ir ao estádio para o jogo, em um momento de confraternização. No entanto, há uma carência de saber utilizar-se destes momentos para divulgar a cidade e seus atrativos. (Informação online)<sup>28</sup>

<sup>28</sup> Princesa dos Solimões Futebol Clube. Formulários (Julho, 2022) Manaus, 2022. 1 Google Forms (online)

O São Raimundo Esporte Clube comenta acerca do não aproveitamento do futebol amazonense para ser influente em outros meios, no entanto, enxerga significativo potencial de crescimento.

“Hoje em dia, infelizmente, pouco se utiliza o futebol amazonense como uma influência de algo. Há um espaço de crescimento enorme, pois vemos muitos torcedores do interior do estado querendo assistir um jogo do Manaus, por exemplo, na Arena da Amazônia. Quando grandes equipes do futebol brasileiro marcam jogos na capital, o fluxo de barcos vindos do interior aumenta exponencialmente. O estado do Amazonas é carente de equipes de sucesso, logo tudo que é possível as pessoas fazem questão de acompanhar. (Informação online)<sup>29</sup>

Para o Esporte Clube Tarumã essa influência é nula, citando que no momento apropriado, a Copa do Mundo de 2014 em Manaus, mobilizações para esse fim passaram despercebidas. O clube enfatiza a importância de criar eventos esportivos, objetivando a participação em atividades desportivas, ao mesmo tempo que prolonga a estadia do atleta na localidade.

“Não. Infelizmente ainda não é possível verificar essa influência no Estado do Amazonas, pois não há ações integradas e oferecimento de eventos esportivos que promovam essa integração. Percebe-se que o Amazonas não aproveitou o sucesso turístico que vivenciou quando foi uma das sedes da Copa do Mundo de 2014. É necessário oferecer eventos esportivos que permitam ao atleta e visitante desfrutar da competição e das belezas turísticas que o Município pode oferecer. Uma sugestão é realizar eventos esportivos nos moldes da GO Cup realizada anualmente em Goiás que atrai milhares de pessoas do Brasil e do mundo [...]”<sup>30</sup>

No viés do descrito anteriormente, o Esporte Clube Tarumã apresenta a Copa das Cachoeiras, competição pouco conhecida e que ocorre em Presidente Figueiredo.

---

<sup>29</sup> São Raimundo Esporte Clube. Formulário (Julho, 2022) Manaus, 2022. 1 Google Forms (online)

<sup>30</sup> Esporte Clube Tarumã. Formulários (Julho, 2022) Manaus, 2022. 1 Google Forms (online)

## 5.2 UMA ANÁLISE DO CONTEXTO DO FUTEBOL AMAZONENSE E SUA IMPORTÂNCIA PARA LOCALIDADE

Para tratar deste objetivo específico, foram formuladas duas perguntas que analisaram o vínculo da população com o futebol local e a importância de resgatar o sentimento de pertencimento para com o esporte no Estado do Amazonas.

A primeira pergunta formulada foi a seguinte: “Conforme o levantamento feito pelo Datafolha em 2019, 47% dos torcedores amazonenses são Flamengoistas ou Vascaínos, logo, a presença de torcidas do eixo Rio – São Paulo é unanimidade no Estado do Amazonas. Em sua opinião, como é visto o vínculo da população local com o futebol amazonense?”. Conforme os dados coletados nas 10 respostas, a relação entre torcedores e futebol local todavia é enfraquecida, visto que os times do estado estão afastados da chamada “Elite do Futebol” do país, o que, na opinião dos participantes, seria um dos principais, senão o principal motivo que impede a intensidade no vínculo entre torcida e clubes do Amazonas.

Outro panorama percebido nas respostas obtidas é a questão do saudosismo quando se fala sobre a torcida local. Como será verificado a seguir, em pelo menos duas respostas aparecem como destaque o entusiasmo em torcer por times do estado entre as décadas de 70 e 80, consideradas como auge do futebol amazonense, tendo como cenário o histórico Estádio Vivaldo Lima, palco de grandes duelos em competições estaduais, regionais e nacionais, além de ser o abrigo dos apaixonados por futebol na época.

### Quadro 5: Vínculo da população com o futebol local

<b>Em sua opinião, como é visto o vínculo da população local com o futebol amazonense?</b>	
<b>Participantes</b>	<b>Respostas</b>
<b>Amazonas FC</b>	“Com desconfiança ainda, ficamos muito tempo longe de campeonatos nacionais e isso afasta o público.”

<p style="text-align: center;"><b>São Raimundo E.C</b></p>	<p>“O vínculo do amazonense com seus clubes foi muito maior até a década de 70 e 80. Há, até hoje, uma carência de boas equipes locais. Nós tivemos momentos onde os estádios se enchiam para ver clássicos locais como o Rional, pai e filho e o galo preto. Hoje em dia, isso se restringe a finais e talvez alguns jogos nacionais. É uma grande pena, porque os times amazonenses são tradicionalíssimos e com história belíssima. Preservar a história destas agremiações deveria ser política de estado. Tivemos, na década de 90 e começo de 00 talvez o último grande momento de público grande no estádios através de uma ação governamental, a antiga “eu quero a nota”, onde se trocava notas fiscais por ingressos de eventos esportivos e culturais. Por que não incentivar mais o esporte amazonense e os clubes locais.”</p>
<p style="text-align: center;"><b>Princesa do Solimões</b></p>	<p>“Falta identificação da população com as equipes locais. Os clubes deveriam procurar interagir mais com seu entorno e criar mecanismos de identificação com seus torcedores. É necessário que se tenha eventos dos clubes nos bairros de suas cidades, promoções dos clubes com a população e atividades que envolvam a equipe com os moradores. É preciso criar e fomentar esse elo, para que ele se sustente, mesmo que o clube não vá bem nos campeonatos.”</p>
<p style="text-align: center;"><b>Esporte Clube Tarumã</b></p>	<p>“É natural que a pessoa torça por uma equipe de fora e venha torcer por uma equipe local. Até a década de 1980 era muito forte o vínculo da população local com o futebol Amazonense. Onde era comum lotar o Vivaldão em jogos do campeonato Amazonense entre Rio Negro x Nacional o Clássico RioNal,</p>

	<p>mesmo já existindo os torcedores dos clubes do Eixo. Atualmente há uma carência de ídolos nos clubes locais que possam motivar o jovem torcedor a torcer por uma equipe local, bem como a ausência de clubes locais em competições nacionais relevantes. O torcedor Amazonense quer abraçar uma equipe local, visto que o Manaus FC lotou a Arena no jogo do Acesso da Série D para a Série C, mas não consegue fazer boas campanhas na C que empolgue o torcedor.”</p>
<b>Jornalista 1</b>	<p>“O vínculo do amazonense com os clubes locais é baixo. Isso devido ao não protagonismo dos times em nível nacional.”</p>
<b>Jornalista 2</b>	<p>“É um vínculo muito abaixo. Justamente por, historicamente, não termos equipes amazonenses na elite do futebol brasileiro.”</p>
<b>Atlético Rio Negro Clube</b>	<p>“[...] os grandes clubes não estão em nível nacional, porque no dia que Rio Negro e Nacional estiverem em nível nacional a torcida é outra, a torcida vai estar presente, essa torcida de Flamengo e Vasco é porque os clubes grandes nossos não estiveram em nível nacional, caíram, tiveram uma decaída, mas o Vivaldão ficava cheio de gente pra torcer pelo São Raimundo, pelo Rio Negro, pelo Nacional, foram times grandes, não tinha torcida do Flamengo, era só Rio Negro, Nacional, era do São Raimundo, podia ter até de outro clube mas chegava lá torcia pelo clube daqui, falava mais alto o time da sua terra [...]”</p>

<p align="center"><b>Nacional F.C</b></p>	<p>“É o que eu te digo, porque a maioria hoje todo mundo tem acessos a uma TV paga, então como você não tem bons jogos no Estado do Amazonas ou na cidade de Manaus, você passa a assistir jogos televisionados direto, então você começa a ter uma paixão diferente além daquelas antigas mesmo mas agora mais por isso [...]”</p>
<p><b>Administração da Arena da Amazônia</b></p>	<p>“Tem sim, mas depende como tá a classificação do time, pode ser o Manaus, Nacional, o Amazonas, vai pro melhor ranking que tá o time do Amazonas na tabela aí ele volta pra torcer pra aquele lá”.</p>

Fonte: Oliveira, 2022.

Estar fora de competições de maior prestígio no país isola o futebol do Amazonas e perpetua o afastamento dos torcedores dos estádios, exceto, como citado nas respostas, em determinados jogos. Contudo, como o destacado na resposta do Atlético Rio Negro Clubes, a onda de torcedores, sobre tudo a população amazonense, mostrou sua força em 2019, quando o duelo entre Manaus FC e Caixas teve recorde de público.

“[...] em 2019, no acesso do Manaus, Caxias fez toda uma provocação lá e o povo lotou a Arena, eles não esperavam, porque foi uma resposta da cidade pro povo de lá que mexeu com a cidade, esse foi um exemplo, que mexeu com a cidade, não eram torcedores do Manaus, era a população amazonense, ela compra isso, então mexeu no emocional da torcida, porque se eles não tivessem falado nada tinha dado 5 mil pessoas lá, ou 3 mil pessoas, não ia dar ninguém porque eles nem iriam se classificar, só que mexeu com o coração e aquela população se revoltou contra eles, entendeu? Então mexe, mexe profundamente, autoestima do povo, mexeu com o povo, “aí só tem índio, não fazem nada, não sei o que”, esse tipo de comentários, então a população se revoltou, não foi a torcida do Manaus que foi lá, foi a população do Amazonas.”

No viés do futebol amador, a relação entre o Peladão e a torcida como um “amor e ódio” saudável. Conforme o respondente.

“No viés do peladão, muitos campeonatos amadores de Manaus se inspiram no Peladão. Na realidade, já acontecem vários campeonatos paralelos ao Peladão, que é justamente o preparatório para eles participarem do Peladão, então é um amor e ódio, porque no momento que está começando, eles estão todos participando, aquela questão toda, mas no momento em que acontece alguma coisa, um fica de fora, aí já começa a engrossar pra cima do peladão. Mas ambos caminham lado a lado, com o mesmo intuito que é transformar e assim passar o futebol amazonense como uma competição boa, de paz. O meu chefe costuma falar que o Peladão é um grito de liberdade que ecoa em todos os cantos de Manaus.”

Além disso, a paixão da torcida pelo campeonato de peladas é muito percebida nos jogos, sobretudo na final da competição, de forma que, no período mais delicado na Pandemia de Covid-19, onde as aglomerações eram evitadas, a ausência do público foi muito sentida. Com a volta das atividades normalizadas, a final do Peladão recebeu um grande público, mostrando a estima dos torcedores com a competição amadora.

“Ela é muito sentida, pra você ter uma ideia, a primeira vez que a gente teve o peladão em meio a pandemia, o peladão ele tem nosso cronograma, então ele sempre acontece depois da quinzena de cada ano e aí no ano de 2021, 2020 que aquele ano não ia acontecer o Peladão, mas mesmo assim a gente fez o Peladão tentando ao máximo possível manter as medidas de segurança e no final da competição que termina sempre um ano após o início né a gente não teve o estádio lotado, a gente não teve participação de público, então as pessoas sentiram muito a ausência de público dentro de um evento, de uma competição que é reconhecida mundialmente, então a gente teve essa tristeza por esse período mas passando do período indo para o ano passado e que a gente teve uma final de campeonato com público quase cerca de 20 mil pessoas ocuparam a Arena da Amazônia após um período conturbado de pandemia foi muito gratificante ver a cobrança que os torcedores tinham da competição, de participar de uma final de Peladão”<sup>31</sup>

A segunda pergunta que completa este tópico faz alusão ao potencial de crescimento do futebol entre a comunidade amazonense e a importância de resgatar o sentimento de pertencimento da sociedade com o futebol local, questões essenciais quando se fala sobre o espaço do esporte bretão em terras barés.

---

<sup>31</sup> Peladão. Entrevista (Julho, 2022). Entrevistador: Eloiza Fernanda da Silva Oliveira. Manaus, 2022. 1 arquivo Opus (30 minutos)

**Quadro 6: A comunidade amazonense e o futebol local**

<b>Em sua opinião, há potencial de crescimento do Futebol na comunidade amazonense? E qual importância de resgatar o sentimento de pertencimento com o futebol local?</b>	
<b>Participantes</b>	<b>Respostas</b>
<b>Amazonas FC</b>	“O potencial de crescimento é gigantesco, esse resgate vem com as vitórias, sobretudo nas competições nacionais.”
<b>São Raimundo E.C</b>	“Sem dúvida nenhuma. O Amazonas, hoje, praticamente joga sua cultura de lado para abraçar as culturas de outros estados. A importância do resgate é, justamente, incentivar as crianças a torcer para um clube local. Categorias de base, escolinhas de futebol, o esporte amazonense como um todo merece atenção e dedicação. Há futuro, chance de se reconstruir. É um sonho hoje, mas por que não se tornar realidade? O Manaus, em 2019, encheu a arena da Amazônia três vezes. É possível, basta querer.”
<b>Princesa do Solimões</b>	“Há um potencial enorme de crescimento do futebol no Amazonas. Resgatar esse pertencimento visto antigamente da população com os clubes locais é de suma importância. Mas isso tudo só vai acontecer se houver trabalho com seriedade e compromisso, com transparência e competência. O amadorismo nas direções dos clubes e na direção da federação tem que acabar. É preciso de investimento naqueles que vão gerir o futebol. O Futebol Amazonense precisa de gestão competente, só assim poderemos levar a sério os projetos apresentados pelos clubes e cobrar a

	volta dos torcedores aos estádios.”
<b>Esporte Clube Tarumã</b>	<p>“Sim. Há grande potencial de crescimento do Futebol na comunidade Amazonense e é muito importante resgatar o sentimento de pertencimento com o futebol local, mas isso somente será possível com a organização e profissionalização da gestão dos clubes, bem como formação e qualificação de profissionais para as áreas estratégicas dos clubes. Outro fator importante é os clubes investirem em suas categorias de base para revelar jovens talentos que possam ser ídolos e referências. Como a geração da década de 1980 teve. O Amazonas já revelou muitos craques e ídolos de várias gerações como tive a honra de conhecer os atletas da década de 1980 tomarei a liberdade de citar alguns. Sérgio Duarte; Berge, Marinho Macapá Jason, Freitas, Gilmar Popoca, Toninho Cerezo. Dentre outros.”</p>
<b>Jornalista 1</b>	<p>“Existe potencial e o Manaus e o Amazonas demonstram isso. As equipes estão cada vez mais em um nível acima do praticado no Estado. Tanto em questão de qualidade de jogo quanto de gerenciamento. Estando em disputa de campeonatos nacionais, e com bom rendimento, os clubes acabam trazendo a torcida pro estádio e geram lucro tanto pros times quanto pro Estado. Movimentam as redes sociais, mostram para pessoas de outros locais como é o Amazonas e acabam fomentando o turismo de maneira indireta.”</p>
<b>Jornalista 2</b>	<p>“Lógico que há potencial, mais tem muita coisa que precisa desenvolver pra que isso vire uma receita de sucesso. Apoio, investimentos. É fundamental que todos estejam envolvidos, não</p>

	somente os clubes. A sociedade, a imprensa geral, os governos.”
<b>Atlético Rio Negro Clube</b>	“Volta se tiver um time grande, time grande não é simpatizante, é torcedor, eles não querem saber de Flamengo, vão torcer pelo Rio Negro, vão torcer pelo Nacional, é isso aí.”
<b>Nacional F.C</b>	“[...] o resgate do futebol aqui é você fazer uma boa administração no clube e ter bons jogadores e tentar proporcionar, tentar que um clube daqui do Estado chegue a uma divisão de Série A, aí você pode demonstrar um interesse a mais do amazonense pelo futebol.”
<b>Peladão</b>	“É importante sim! Um exemplo é o crescimento do time do Manaus FC, então desde que o Gavião do Norte começou a ter uma visibilidade enorme em relação ao outros times da Série D aqui em Manaus, com esse movimento que teve, começou a surgir ainda mais a paixão dos amazonense por um time local, de às vezes até mesmo encher um estádio, uma parte ali da Arena, de torcedores. Tudo isso influencia. [...]”
<b>Administração da Arena da Amazônia</b>	“Nosso futebol é muito delicado né, porque às vezes o campeonato amazonense não dá nem renda no estádio porque o povo não vem no estádio, porque os times não gostam de investir, aí fica uma situação muito complicada né, é um futebol muito fraco mas já melhorou bastante”

Fonte: Oliveira, 2022.

Mais além da opinião de que a evolução do futebol amazonense está ligada diretamente em alcançar visibilidade nas principais competições futebolísticas brasileiras, é notório a crença acerca do grande potencial de crescimento que o

futebol apresenta no Amazonas. Esse crescimento, segundo os respondentes, pode vir da administração adequada de um clube; da imprensa, do Governo; do nascimento de ídolos criados nas categorias de bases; vitórias, títulos e outras conquistas e, assim como descrito pelo São Raimundo Esporte Clube, o sentimento de pertencimento pode vir a partir de uma criança que torce pelos clubes locais. Esse sentimento também é identificado pelo respondente do Peladão, relevando que

“O sentimento de amor ao futebol vai crescendo mais ainda, de geração a geração e até mesmo entre pessoas que nem gostam de futebol mas de ver um grande momento de um evento que tem e participar ali de uma maneira direta, indo ao estádio ou de uma maneira indireta, ficando em torno do estádio, vendendo algum produto, tendo uma renda extra, tudo isso mobiliza bem e é visto de uma maneira positiva.”<sup>32</sup>

Em algumas respostas são destacados os empenhos dos times do Amazonas FC e Manaus FC e que, atualmente, potencializam o futebol no estado e possuem grande capacidade de promover o aumento do público nos estádios do Estado.

### 5.3 AS CONTRIBUIÇÕES DO FUTEBOL AMAZONENSE COMO POSSÍVEL ALTERNATIVA DE ATRATIVIDADE PARA O ESTADO DO AMAZONAS.

A primeira das três perguntas para este objetivo específico apresenta como reflexão acerca da potencialidade do futebol amazonense se tornar parte da cadeia do turismo local.

A questão levantada foi a seguinte: “Em diferentes lugares do mundo, o futebol tornou-se um importante aliado da atividade turística ao converter-se em um dos vários atrativos de uma localidade, seja para torcedores ou para turistas que buscam conhecer mais além do que a oferta tradicional. Casos como esse são vistos principalmente na Europa, sendo exemplos o time catalão Barcelona, atratividade da cidade que leva o mesmo nome, na Espanha; O Porto FC, na cidade de Porto, Portugal; o Manchester United, na cidade de Manchester, Inglaterra; etc. No Brasil, o impacto de times no turismo local também é verificada, como no Rio Grande do Sul, com Grêmio e Internacional; no Rio de Janeiro, com Flamengo e

---

<sup>32</sup> Peladão. Entrevista (Julho, 2022). Entrevistador: Eloiza Fernanda da Silva Oliveira. Manaus, 2022. 1 arquivo Opus (30 minutos)

Vasco da Gama; Chapecoense, na cidade de Chapecó, Santa Catarina, entre outros. Posto isso, o Futebol Amazonense, com sua tradição, história e particularidades, pouco exploradas, pode se tornar um atrativo para fortalecer o turismo no Estado do Amazonas?

A maior parte dos *feedbacks* dos participantes constataram que, apesar do ambiente desfavorável e da pouca exploração, o futebol amazonense pode integrar os recursos turísticos do Amazonas, sobretudo com o apoio de gestões de marcas, interesse do Estado, criação de museus que resgatem e exponham a história do esporte na localidade e adequação das estruturas dos clubes para receber visitantes. As respostas também ressaltaram a importância dos clubes impactarem na imagem de uma cidade, na identificação da localidade como casa de times, propiciando a popularidade desses.

#### **Quadro 7: Futebol Amazonense como atrativo no Estado do Amazonas**

<b>O Futebol Amazonense, com sua tradição, história e particularidades, pouco exploradas, pode se tornar um atrativo para fortalecer o turismo no Estado do Amazonas?</b>	
<b>Participantes</b>	<b>Respostas</b>
<b>Amazonas FC</b>	“Temos tudo pra isso, a praça esportiva de futebol profissional é uma das melhores do país, qualidade dos campos é uma arena reconhecidamente com potencial pra tal.”

<p style="text-align: center;"><b>São Raimundo E.C</b></p>	<p>“Não só pode, como deveria. Manacapuru poderia explorar muito mais a garra e história recente que o princesa do Solimões tem demonstrado. Itacoatiara poderia fazer muito mais pelo Penarol. Iranduba poderia e deveria abraçar o clube mesmo nome. Sem contar, claro, a capital, que possui os times de maior valor histórico e tradição. Vemos isso em Belém, com Remo, Paysandu e Tuna Luso. Basta um carinho especial. Há uma frase, dita pelo saudoso Amadeu Teixeira, que representa bem isso: “Vamos ter um pouco de carinho com os clubes da terra.”</p>
<p style="text-align: center;"><b>Princesa do Solimões</b></p>	<p>“Sim! Mas tem que existir um compromisso de gestão, principalmente de gestão de Marca. O Manaus FC, expoente no futebol brasileiro, é um exemplo que poderia ser melhor trabalhado. O Clube carrega o nome da Capital Amazonense e deveria levar ela por todo o país. Poderia ser feito um estande enorme divulgando a cidade de Manaus em todos os jogos que fossem disputados fora, criar parcerias com produtores locais de conteúdo das cidades e estados em que o time for jogar, para divulgar a cidade e o estado do Amazonas.”</p>
<p style="text-align: center;"><b>Esporte Clube Tarumã</b></p>	<p>“Sim. O Futebol Amazonense pode se tornar um atrativo a começar pela criação de um museu do Futebol Amazonense e do incentivo ao Turismo Guiado na Arena nos moldes que ocorre no Maracanã. No entanto e necessário que os clubes tenham suas estruturas para receber esse público.”</p>

<b>Jornalista 1</b>	“Em Manaus, o Manaus FC é quem tem tido maior destaque nacional e levado o nome da cidade para diversos locais do Brasil. O futebol amazonense tem muitas histórias. A imprensa sempre resgata, mas precisam do apoio dos clubes, que pouco exploram essa parte.”
<b>Jornalista 2</b>	“Ainda estamos longe de sermos atrativo turístico pelo futebol por clubes locais. No mais, Manaus tem um nome grande, uma metrópole e não é à toa que tivemos Copa e Olimpíadas aqui. Acredito que o amazonense gosta de futebol, falta explorar mais.”
<b>Atlético Rio Negro Clube</b>	“[...] se os grandes clubes voltarem, volta toda tradição, esse é o viés da coisa.”
<b>Nacional F.C</b>	“Pode, se houver interesse do estado pode [...]”
<b>Peladão</b>	“Pode sim, desde que tenha reconhecimento e investimento para os times né, a gente já teve grandes times da categoria amador, não é a toa que só o Amazonas continua sendo, detalhe né, como sendo uma grande estrela mas a gente tem outros times também, mas falta muito reconhecimento, falta muita valorização, não tem valorização necessária [...]”
<b>Administração da Arena da Amazônia</b>	“Claro, se tiver investimento [...]. O Governo já ajuda, Governo já ajuda financeiramente, deu maior patrocínio, 5 milhões para os clubes, mas o torcedor também tem que ajudar.”

Fonte: Oliveira, 2022.

Quanto a união entre turismo e futebol amazonense possuir capacidade de desenvolver e fortalecer ambas as atividades no Estado, a opinião dos respondentes foram positivas, contudo, não escondem a desconfiança, uma vez que o futebol baré carece de apoio e parcerias das iniciativas públicas e privadas e a convivência com constante desvalorização.

#### **Quadro 8: Junção Turismo e Futebol no Amazonas**

<b>Podem Turismo e o Futebol no Estado do Amazonas caminharem em conjunto para o desenvolvimento e fortalecimento de ambas as atividades?</b>	
<b>Participantes</b>	<b>Respostas</b>
<b>Amazonas FC</b>	“Sim.”
<b>São Raimundo E.C</b>	“Hoje em dia, nós vemos poucas ações governamentais de apoio aos clubes. Dito isso, também não há grande interesse da iniciativa privada em ajudar. No entanto, na minha visão, isso é um erro, pois há um mercado enorme de turismo. Manacapuru e Itacoatiara, hoje, são cidades desenvolvidas e que possuem clubes vitoriosos e que são a cara da sociedade daquela região. Há festivais nas cidades onde muita gente da capital vai, há um bom retorno sociocultural nesses momentos. Então sim, o turismo e o futebol do Amazonas podem oferecer um caminho bastante significativo para o futuro.”
<b>Princesa do Solimões</b>	“Sim. O investimento no futebol amazonense é muito baixo. Não existem parcerias sólidas dos governos estaduais e municipais que poderiam entrar apoiando muito forte os clubes. As empresas privadas são receosas em prestar apoio justamente porque não há seriedade e compromisso com o clube e com a gestão de marca da empresa

	que se associa a este clube. É uma bola de neve, não existe apoio.”
<b>Esporte Clube Tarumã</b>	“Sim. Como regra de mercado o investidor colocará seus recursos onde ele vislumbrar rentabilidade aceitável pelo risco tomado. Entendo que tanto o turismo quanto o futebol Amazonense precisam se aproximar, pois o turismo precisa conhecer a história do futebol Amazonense, suas conquistas, seus ídolos e o futebol precisa conhecer o potencial turístico que o Estado possui.”
<b>Jornalista 1</b>	“Podem e devem. O fato dos dois principais times do Estado serem Manaus FC e Amazonas FC ajuda, e muito, a divulgar o Amazonas. O Estado e a prefeitura podem e devem estar ao lado dos clubes para que o Turismo seja cada vez mais explorado.”
<b>Jornalista 2</b>	“Podem caminhar, mas não fazem isso. [...] todos precisam estar envolvidos”
<b>Atlético Rio Negro Clube</b>	“Vão! [...] tem que ter uma identidade, a identidade com o futebol, com os clubes, traz o turismo junto, a cidade começa a ser lembrada, começa a ser falada.”

<p style="text-align: center;"><b>Nacional F.C</b></p>	<p>“Pode, pode, desde que eu resgate a tua confiança, hoje você vai sair daqui conhecendo o Nacional Futebol Clube, muito? Não, mas mais ou menos você sai daqui conhecendo um clube de futebol, eu sei o que acontece lá dentro, então você vai ser o meu diferencial a partir daquela porta que você sair, porque na hora que te perguntarem sobre futebol do Amazonas você pelo menos tem uma consciência do que acontece dentro do futebol, você já vai divulgar aí fora como acontece nos clubes de futebol pela essa conversa que você está tendo, é essa diferença, é esse resgate que ela tá perguntando, se eu posso usar o nome do Nacional pra me desenvolver em turismo, em trazer pra dentro do Nacional, do Amazonas.”</p>
<p style="text-align: center;"><b>Peladão</b></p>	<p>“Pode ter mais investimento do Governo em relação a isso, porque o esporte em geral ele é muito desvalorizado, gostam muito de valorizar as pessoas de outras cidades mas esquecem que nós aqui [...]”</p>
<p style="text-align: center;"><b>Administração da Arena da Amazônia</b></p>	<p>“Com certeza, isso é muito bom, muito importante.”</p>

Fonte: Oliveira, 2022.

Os atletas de futebol também padecem da desvalorização, pois a carência de recursos muitas vezes inviabilizam a participação nas competições, como o descrito a seguir.

“[...] os nossos governantes tem essa questão de não olhar pro esporte e muitas vezes o custo de um atleta ele tira do seu próprio bolso, então o que falta mais ainda é a valorização dos órgãos competentes, desses órgãos que são responsáveis, da secretaria esportiva, tudo isso verificar e ver a situação de atletas que tem aqui em Manaus, de jogadores e tudo mais para que possa isso crescer, que às vezes, por exemplo, ah o time Fast, o Princesa dos Solimões que teve o período áureo aí depois disso passou, morreu, esqueceu, ficou de canto, o São Raimundo também, então isso que falta mais, é verba pra que esses times possam crescer e voltem a brilhar como era antigamente, tinham orgulho de vestir uma blusa de um clube

local, do Rio Negro, do Fast, do Nacional, então isso sim é que movimenta mais ainda.”

Nesse contexto, o turismo, em algumas respostas, beneficiaria, em especial, no resgate da trajetória do futebol amazonense, em mostrar o que a cidade tem a oferecer quanto atrativo futebolístico, mostrar o lado esportista do Amazonas.

Por fim, encerrando as questões, foi elaborada uma pergunta específica para os clubes, o Peladão e a Arena da Amazônia, buscando identificar como a relação turismo e futebol beneficiariam as instituições.

Os seis clubes se mostraram bem otimistas quanto a uma parceria com o setor turístico, visto que pode ser um instrumento para alavancar os clubes a nível regional, nacional e internacional, resgatar a confiança no futebol e clubes amazonenses, promover a localidade, dentre outros elementos descritos pelos respondentes.

#### **Quadro 9: Impacto da união turismo e futebol nos clubes**

<b>Na visão do Clube e com base na pergunta anterior, essas ações podem ser positivas? Quais seriam as influências decorrentes da associação entre Turismo e Futebol na Instituição?</b>	
<b>Participante</b>	<b>Resposta</b>
<b>Amazonas F.C</b>	“Natural que nossos visitantes também gostem de futebol, uma partida de futebol sempre é um evento e isso fortalece a agenda cultural da cidade.”

<p><b>São Raimundo E. C</b></p>	<p>“São positivas porque mexem com um povo, uma sociedade. Excursões de times da capital no interior, jogos amistosos com seleções locais em pré-temporada, parcerias com clubes de estados próximos, viagens. Tudo isso movimenta uma região, a torcida comparece, e há um retorno financeiro e turístico. Ninguém viaja apenas para ver um jogo, você acaba conhecendo a cidade, indo em pontos turísticos e, muitas vezes, acaba voltando porque gostou. Se há um retorno claro, por que não investir? Eu espero, muito, que no futuro nós possamos olhar para este momento como um momento de mudança na mentalidade, de que o futebol é, sem dúvida, um instrumento de mudança de uma realidade e de um crescimento como sociedade e turismo para um povo.”</p>
<p><b>Princesa dos Solimões</b></p>	<p>“Sim. Propagar o Turismo é de suma importância para o clube. Fechar parcerias de divulgação da cidade de Manacapuru e levar o nome da cidade por aí é gratificante e traz retorno para o clube. É uma troca mútua, potencializar o turismo por meio do clube de futebol tem que ser incentivado, você está levando na camisa toda uma história e representando sua cidade. Divulgar os locais da cidade promovendo interesse das pessoas em conhecer, em usufruir do que o clube e o município podem oferecer.”</p>
<p><b>Esporte Clube Tarumã</b></p>	<p>“Sim. Essas ações podem ser positivas e a influência da associação entre turismo e futebol na Instituição será muito grande, pois permitirá que o Clube possa ter projeção Nacional e Internacional. Hoje com a visibilidade das redes sociais nosso clube é acompanhado por pessoas de vários países que quando veem ao Amazonas</p>

	querem conhecer e adquirir alguma lembrança.”
<b>Atlético Rio Negro Clube</b>	“Eu acredito que se a gente fizer um trabalho, como te falei, à longo prazo a gente consegue trazer o turista pra cá, só que nós temos que subir também, se ficar só embaixo ninguém consegue dinheiro, esses clubes grandes tem que subir, tem que disputar competições nacionais e nós temos condições pra isso. [...]. Se nós conseguirmos isso a gente vai subir nosso nível aí o turista vem junto, aí tu pode fazer o trabalho de divulgação. Se tiver Rio Negro x Flamengo aqui que eu citei, quantos turistas vão vir do Rio pra Manaus assistir o jogo? Se tiver Rio Negro x Corinthians quantos vão vir de São Paulo ver o jogo? [...] Vai conhecendo e passa na transmissão, mostrar o estado, aparece os gols no Fantástico lá, Manaus, aparece o Norte, aparecer coisa boa.”
<b>Nacional F.C</b>	“É, hoje mais a visão do clube é resgatar a confiança no esporte, colocando assim, o esporte do Nacional como agremiação e o esporte amazonense, hoje nós estamos mais trabalhando no resgate da confiança no esporte do Amazonas, é mais isso. [...] por isso que falei pra você antes, nós estamos trabalhando mais no resgate pra poder ser divulgado mais o nome do esporte do Amazonas.”

Fonte: Oliveira, 2022.

Para o Peladão, estar associado a atividade turística amazonense ajuda a difundir ainda mais a marca Peladão, que já é considerado o maior campeonato de Peladas do Mundo pelo Guinness Book. Mais além do futebol, o turismo pode ajudar a trazer cada vez mais participantes de outras localidades para o concurso “Rainha do Peladão”, o que, segundo a visão do respondente, desencadeia cada vez mais o consumo de Manaus e do Amazonas.

“Pra você ter uma ideia o Peladão é um dos campeonatos mais copiados em outros estados, a gente tem a nossa marca registrada, o Peladão entrou no Guinness Book como maior campeonato de peladas do mundo por isso a gente sempre usa esse termo. A questão sobre a união entre turismo e Peladão né? Envolvendo isso, dentro da competição do Peladão a gente tem as candidatas à Rainha do Peladão, elas muitas das vezes são de outras cidades daqui do em torno de Manaus, a gente já teve meninas do Uruará que ganhou a competição como Rainha do Peladão então isso é legal, é uma representatividade de uma, como se fosse um concurso de Miss né, isso movimenta muito as outras cidades a trazerem candidatas de outro estado pra representar um time local aqui, a gente brinca que é igual agência de modelos que tem olheiros pra fora então a gente também tem olheiros, aqui dentro tem candidatas de Parintins né, então isso movimenta bastante, bastante mesmo, então unindo esse atrativo que são as meninas de outras cidades [...], isso movimenta também tanto o turismo deles por estarem trazendo uma menina, até mesmo quando vai em algum evento na cidade que está representando, que ela representa, um evento por lá quanto que pra cá, então o Peladão faz isso, consegue unir todos os tipos de classe, todos os níveis sociais, econômicos e até mesmo instrutivos, pra participar da competição, isso movimenta muito, muito mesmo, então quando conhece o local movimenta, como falei, a gente tem times de outros municípios que vem pra Manaus na quinta-feira, sexta-feira, isso eles vão movimentar e gastar aqui também.”<sup>33</sup>

Quanto a Arena da Amazônia, os benefícios seriam ainda mais positivos. Conforme o entrevistado, por dia são recebidos de 40 a 60 turistas com o desejo de conhecer o estádio. Os principais movimentos descritos pelo respondentes são de famílias em dia de jogos; público para assistir shows, bazar e arraiais, o que atrai pessoas para conhecer o ponto turístico.

#### 5.4 DISCUSSÃO

O futebol é, sem dúvidas, o esporte de maior popularidade no mundo, sobretudo no Brasil, local onde o jogo da bola se sagrou como um dos principais componentes da identidade do país. A modalidade, ao longo de sua expansão, mostra que seu impacto não se limita apenas às quatro linhas que formam o palco do futebol, atraindo as massas e atingindo o cultural, social e econômico do país (SILVA, DIAS, RIBEIRO, 2020). O esporte, com regras simples e cujo objetivo é atravessar a bola entre duas traves traz consigo cargas emocionais que provocam desejos e sonhos, especialmente nos torcedores (TRICHES, 2020), o quais são

---

<sup>33</sup> Peladão. Entrevista (Julho, 2022). Entrevistador: Eloiza Fernanda da Silva Oliveira. Manaus, 2022. 1 arquivo Opus (30 minutos)

seguidores fiéis de um clube ou seleção, não importa o momento que estes vivenciem.

Como dito anteriormente, o Brasil é o país onde o futebol principalmente logrou reconhecimento. É da equipe canarina o título de única seleção penta campeã do mundo. Além disso, em solo brasileiro se encontram clubes conhecidos em diversas partes do mundo, sejam por grandes feitos ou formar parte da história do futebol brasileiro, tais como Flamengo, Vasco, Corinthians, Palmeiras, São Paulo, Grêmio, etc. Em praticamente todas as regiões do país o futebol é desenvolvido, em algumas com maior intensidade e em outras timidamente. Com exceção do estado do Pará, que possuem times como Paysandu e Remo em campeonatos nacionais, pouco se comenta sobre o esporte bretão no norte do país, especialmente no Amazonas, que possui regular evolução em seu futebol nos últimos anos.

O futebol amazonense, como exposto nas respostas, possui grande potencial de crescimento, principalmente na comunidade local. No entanto, as fraquezas internas estagnaram sua evolução ou provocam que essas ocorram lentamente. Segundo Flach e Rossa (2020), existem nos clubes de futebol a busca constante de resultados positivos, que resultem na conquista de vitórias e títulos. O mesmo é verificado por Cunha, Santos e Haveroth (2017), mencionando que o modo operacional que move o esporte da bola são anteriormente citados. O futebol amazonense igualmente segue a mesma lógica, contudo, a maior demanda na modalidade profissional do Estado, sem dúvidas, é estar disputando competições importantes no país e alcançar a elite do futebol brasileiro.

Essa realidade desencadeia impasses que perduram há muitos anos no futebol local, mas cabe destacar que uma das principais particularidades é a questão da relação da população local com clubes do Estado, o sentimento de pertencimento. Como foi observado nas respostas, o vínculo da torcida aos times amazonenses ainda é enfraquecido, baixo ou inseguro. Em momentos pontuais, como o público em 2019 no jogo entre Manaus x Caxias pela Série D do Brasileirão, a população parece estar abraçando as instituições do Estado, porém o sentimento de pertencimento encontra-se isolado frente aos afastamento do futebol do Amazonas de grandes campeonatos.

Mais além disso, é possível apontar outros elementos que afetam a relação de pertencimento entre futebol e a comunidade amazonense. Algo discutido durante

a coleta de dados foi a ausência de ídolos no futebol local, elementos importantes na relação clube-torcedor. Para Triches (2020, p.13) “Dentro desse pertencimento clubístico, também merecerá destaque o papel dos ídolos dos clubes, que sempre serão a referência das vitórias alcançadas e da valorização dos símbolos do clube escolhido.” Ou seja, a manutenção do vínculo de um torcedor com um time também ocorre com a criação dos ídolos, sejam pelas conquistas ou o amor pelo clube, sobretudo quando esses saem das categorias de base, pois estes são tidos como a extensão do torcedor nos campos, uma vez que “torcida e clube são aqueles que determinam o espaço de atuação do jogador, o ídolo em potencial, determinado pela oportunidade de criar o vínculo” (SILVA, 2019, p.14).

Na visão do futebol amador, como foi colocado pelo respondente, o vínculo com o torcedor é intensamente sentido, levando grandes públicos aos campos, pois a competição mobiliza bairros, cidades, municípios de todo estado. Souza (2017, p. 58) descreve que o Peladão “mostra o esporte enquanto elemento agregador, pois reúne enorme número de participantes que não medem esforços para se deslocarem de vários pontos de Manaus e região metropolitana; [...]”. Além disso, o mesmo autor descreve que a tradição do campeonato permitiu que este pudesse formar parte do calendário do futebol amazonense, atraindo grandes quantidades de times amadores e candidatas ao concurso “Rainha do Peladão”, vindo de todas partes do Estado.

Voltando a falar dos clubes profissionais, outro ponto importante citado é a utilização dos times na divulgação da cidade. Na lógica do consumo, é muito comum que a imagem dos clubes estejam atreladas a produtos licenciados e se criem marcas com objetivo de atingir o fiel público de torcedores. Para Damo (1996), ademais da ação de consumo, a questão da imagem de um clube também diz respeito ao imaginário dos torcedores, “[...] mobilizando-os para a atualização e ressemantização de categorias como identidade, memória e representação do pertencimento clubístico” (DAMO, 1996, p.2). De acordo com o autor

“Resumidamente, pode-se definir a imagem de um clube como a totalidade dos bens simbólicos que constituem seu patrimônio, incluindo-se, os títulos conquistados, a legião de torcedores, os ídolos, estádio e outras dependências, visibilidade na imprensa, enfim, tudo aquilo que pode evocar noções de pertencimento e, conseqüentemente, subsidiar o consumo.” (DAMO, 1996, p. 6)

A estratégia de criar uma forte imagem dos clubes amazonense seria um aliado para estimular a relação da população com o times de futebol local, assim como essa iniciativa é de extrema relevância para divulgação da cidade. Sendo assim, o papel do marketing esportivo é fundamental. Rodrigues, Souza e Fagundes (2018) descrevem que essa ferramenta se baseia nos princípios fundamentais do *marketing*, objetivando atingir um determinado público. Os autores, com base em Melo Neto (2003) apontam que o marketing esportivo é constituído por três características, que seriam a imagem, o esporte como mídia e o esporte como comunicação alternativa. Nesse viés, a imagem de um clube passaria uma mensagem significativa a torcedores, simpatizantes ou quem estiver disposto a recebê-la, atraindo atenção seja para a instituição futebolística, a cidade que está sedado ou seu entorno. Esse exemplo é trazido por Chaves (, p. 28) parafraseando Zamith (2008) acerca do Atlético Rio Negro Clube.

“O nome do clube é uma homenagem clara ao rio do qual Manaus está situada a margem esquerda: o Rio Negro. O que torna o Rio Negro um dos poucos clubes profissionais, senão o único que tem em seu nome uma homenagem a algo que de fato é regional. O que o torna de longe o clube mais ligado a imagem da cidade”

O aproveitamento dessa ideia também é muito importante para outras áreas que buscam apropriar-se ao futebol em suas atividades, como é o caso do Turismo. A partir dessa associação se potencializa ações que valorizem o clube, sua história, seus torcedores, atraem turistas para que conheçam a trajetória dos clubes, suas instalações, consumindo a cidade mais além dos atrativos tradicionais. Triches (2020), se baseando em Melo (2000) indica que o esporte bretão no Brasil é tão importante quanto teatro, cinema, artes plásticas, dentre outras práticas culturais, no entanto, somente o futebol possui a capacidade de forte atração das massas. Sendo assim, por que não promover a junção de turismo e futebol amazonense objetivando o fortalecimento de ambas as atividades no Amazonas? Para que isso suceda, é necessário um eficiente trabalho a longo prazo. Smaniotto e Bandeira (2013, p.11) ressaltam que a junção turismo e futebol exige planejamento estratégico desenvolvido e principalmente aplicado, “munindo-se do histórico do clube e emocional dos torcedores que tem no futebol uma das grandes paixões”. As mesmas autoras tratam a relação turismo e futebol não apenas benéfica no que tange ao lucro obtido, mas também a valorização das histórias dos clubes.

Destaca-se, igualmente, que a parceria dos setores do turismo e futebol desencadeiam o desenvolvimento do Turismo Esportivo. No Amazonas existem enormes possibilidades da evolução deste segmento do turismo, sejam eles para quem pratica, assiste ou interage com a história do clube. Carvalho e Lourenço (2009, p. 126), o turismo de prática desportiva pode ser definido como “Conjunto de actividades desportivas em que participem turistas enquanto praticantes.”. Nesse sentido, o Peladão seria um dos principais propagadores dessa tipologia no Amazonas, pois trai pessoas de todas as partes do estado para participar do campeonato, sejam com as equipes nas categorias da competição ou do concurso de beleza “Rainha do Peladão”.

Quanto ao Turismo de espetáculo esportivo, os mesmos autores o apontam como “[...] o conjunto de actividades desportivas de que usufruam os turistas enquanto espectadores considerando-se a pessoa com este tipo de participação no turismo desportivo como o turista espectador desportivo.” (CARVALHO E LOURENÇO, 2009, p. 127). No que tange ao futebol, os jogos podem ser um grande atrativo, sejam de clubes locais ou o mando de jogos de outras equipes brasileiras transferido para o Estado, mobilizando turistas a permanecer e consumir a cidade antes ou após a partida.

Por fim, também é possível se mencionar a tipologia que trata de um turismo esportivo nostálgico, que segundo Gremelmaier (2021, p. 19), com referência de Pinheiro e Alberto (201), trata-se da “veneração a estádios, museus e tudo aquilo que envolve o futebol e sua história representada por meio do patrimônio servindo de espaço turístico.” A Arena da Amazônia já recebe turistas que visitam suas dependências e o Museu Olímpico. O Atlético Rio Negro Clube também possui um museu sediado em sua sede, no Centro da Cidade. No entanto, todavia o futebol amazonense, como todo, carece de exposições que resgatem momentos icônicos que estão se perdendo com a história, sobretudo homenagens que exaltem o antigo Estádio Vivaldo Lima, nosso Vivaldão, que como foi observado, é citado nas respostas com muita nostalgia. Além disso, o despreparo das estruturas dos clubes não é suficiente para receber visitantes em sua sala de troféus, nos centros de treinamentos, gramado, etc., assim como também existem agremiações que não possuem sequer esses luxos, o que é um ponto fraco no futebol amazonense e necessita ser minimizado a longo prazo.

Deste modo, a parceria com o turismo pode representar um meio de fortalecer o futebol amazonense, ou vice versa, desde que haja seriedade na gestão de ambas as atividades, organização e planejamento a realidade. Como já exposto, essa relação potencializa e fortalece aspectos sociais, culturais e econômicos. Silva, Dias e Ribeiro (2020) salientam que os crescimentos dos clubes exigem maior orçamento, logo, maiores fontes de arrecadação. Geralmente, os recursos dos clubes advêm da venda de atletas, bilheterias, transmissões de TV, programas sócio torcedor, dentre outras atividades. Com isso, os autores citam que é necessário diversificar as fontes de receitas, objetivando a sustentabilidade econômica das instituições e fortalecimento da competitividade.

Nesse sentido, é possível apontar o turismo como instrumento auxiliador na evolução do futebol amazonense, assim como o esporte influencia na oferta da atividade turística, pois este tem grande potencial de integrar e diversificar os atrativos no Estado, vendendo a cidade como casa de inúmeros clubes e campeonatos que formam a sociedade amazonense.

## 6 CONCLUSÃO

Tratar do futebol amazonense em uma pesquisa acadêmica, sem dúvidas é uma atitude desafiadora e ao mesmo tempo necessária, especialmente sob a visão da atividade turística, pois ambas as atividades exemplificam inúmeras semelhanças, estejam elas detalhadas neste trabalho ou aquelas que todavia não foram exploradas. As respostas aqui obtidas são de suma importância para a pesquisa e demonstram que o estímulo à relação do futebol com turismo é essencial e de extrema relevância para modalidade no Estado e possui grande potencialidade em favorecer o fortalecimento de ambas atividades no Amazonas.

Contudo, o futebol no Amazonas padece de fraquezas que foram muito sentidas ao longo do desenvolvimento da pesquisa.

O primeiro deles é acerca da comunicação dos clubes. Para contatar os participantes da pesquisa foi exigido um pouco mais de esforço do que o imaginado, uma vez que poucas equipes possuíam informações como telefone ou e-mail atualizado em sites ou redes sociais, enquanto outras permaneciam com suas informações antigas ou não ofereciam nenhum meio de comunicação, como foi o caso do Manaus F.C, um dos clubes incluídos na pesquisa, mas que se mostrou inacessível por não fornecer informações para contato. Logo, isso é um ponto fundamental a ser modificado, pois a indisponibilidade de meios de comunicação pode ser encarado como fator de afastamento de torcedores, turistas ou pessoas curiosas acerca de determinada equipe. Deste modo, é necessário que as gestões dos clubes aperfeiçoem os trabalhos em suas mídias sociais, em *marketing*, sobretudo o esportivo e criem canais que facilitem essa interação entre instituições futebolísticas e sociedade.

Outro ponto fraco observado se refere a entidade máxima do futebol no Estado, a Federação Amazonense de Futebol – FAF. Desafortunadamente, apesar das tentativas, não foi possível contar com a participação da instituição na pesquisa, logo, não se pode obter a visão da FAF acerca do assunto aqui tratado. Porém é necessário se levar em conta que na Federação Amazonense de Futebol, atualmente, ocorrem disputas judiciais acerca da presidência da instituição e é possível que aconteça uma eleição para definir o representante máximo.

No meio dessas disputas, surge nas primeiras semanas de setembro de 2022, o escândalo sobre possíveis manipulações de resultados no Futebol Amazonense. O portal de notícias Acrítica, com provas reunidas, expõe que dirigentes dos clubes Atlético Amazonense e Esporte Clube Tarumã além de um jogador estavam envolvidos diretamente na manipulação de resultados da Série B do campeonato amazonense, com o intuito de obter lucratividade em sites de apostas. A partida entre os dois clubes contou com ações totalmente indiferentes a um jogo de futebol comum, contudo, o lance que mais repercutiu nas redes sócias é o do atleta do Atlético Amazonense, chutando contra sua própria meta. O caso foi investigado pelas instâncias competentes e todos os responsáveis foram condenados após julgamento em outubro de 2022. A Federação Amazonense de Futebol emitiu nota e acompanhou todo o processo.

Nesse sentido, é dever da FAF prezar pelos clubes, investir na melhoria das estruturas dos times; melhor organização dos campeonatos; desenvolver mecanismos de comunicação e transparência com a sociedade, além de maior rigorosidade no processo das competições, para que casos como o citado anteriormente não voltem a se repetir e o futebol amazonense não ganhe visibilidade pelos motivos errados, mas sim por suas conquistas, como o acesso do Amazonas FC e Manaus FC à Série C do Brasileirão e a vagas na Série D, que no próximo ano serão do Nacional e Princesa dos Solimões, dentre outros motivos positivos.

No que tange aos aspectos positivos, destaca-se a interação com os clubes propiciou uma visão mais interna no futebol amazonense, mais além do que julgamos como espectadores. Além disso, algo bastante significativo se refere ao compromisso dos participantes do estudo, que foram muito solícitos durante a coleta de dados, indo mais além do que era necessário, mostrando que estão abertos ao diálogo quando assunto é fortalecer o futebol no Estado e apresentando ideias que podem auxiliar nesse processo.

Posto isso, apresenta-se como proposta o incentivo a incluir os clubes como recurso na atividade turística no Estado do Amazonas, sejam como atrativo histórico e cultural ou impulsionador do Turismo Esportivo. As possibilidades são muitas, desde que hajam ações organizadas e planejadas para que esse segmento do turismo se desenvolva.

O Peladão é o mais importante estimulador ao turismo esportivo de quem vai a um destino com objetivo de participar e praticar esportes, pois a competição é

amadora e permite que qualquer indivíduo, com exceção de atletas profissionais, forme parte de uma equipe, seja na categoria principal, máster, feminino ou o “Peladinho”, com jogadores de 12 a 15 anos. Isso mobiliza, em grande maioria, a vinda de pessoas de várias partes do Amazonas para participar do Peladão, e isso é a porta de entrada para o consumo da cidade de Manaus (meios de hospedagem, gastronomia, atrativos e outros).

O Peladão, sendo considerado o maior campeonato de peladas do mundo pelo *Guinness Book*, poderia ter sua marca fortemente vinculada ao turismo no Amazonas, por ser algo característico de nossa cultura e mostrar um outro lado do nosso futebol, muito mais organizado e sentido que o futebol profissional do Estado. Isso sem dúvidas deve ser cada vez mais expandido, Brasil e mundo a fora, atraindo gente de todas partes. Neste sentido, abriria a possibilidade de agregar ao campeonato oportunidade de participação de turistas, no formato de “equipes visitantes”, oferecendo uma experiência completa dentro da comunidade.

A quem vislumbra o espetáculo do futebol, uma estratégia bem recebida é utilizar o mando de campo de grandes times na Arena da Amazônia, como foi o caso da partida entre Vasco x Guarani em maio de 2022 ou os jogos da Seleção Brasileira, pois isso viabiliza a vinda de torcedores de localidades próximas para acompanhar o jogo do time do coração, pois a logística de jogos exclui localidades mais afastadas do centro do futebol, principalmente a região norte.

Nesse viés também é necessário organizar as estruturas dos equipamentos esportivos no Estado, como estádios e centros de treinamento para receber as equipes. Com o crescimento do futebol profissional amazonense, é possível prever que dentro de alguns anos, os clubes do Estado participem de importantes competições nacionais e enfrentem grandes equipes, o que exigirá muita atenção.

Além disso, para atender ao turista esportivo que assiste aos eventos, é essencial a diversificação de serviços e produtos que prolonguem sua estadia na localidade.

Ao turista que se interessa por conhecer a cidade ou Estado a partir do futebol é muito importante que a Secretaria de Cultura e Economia Criativa do Estado do Amazonas, Manauscult e outras entidades competentes do turismo local se unam com o intuito de idealizar e executar exposições que mostrem a história do futebol amazonense desde seus primórdios, resgatem momentos esquecidos e os

divulguem a sociedade, conscientizando, especialmente, a comunidade local, que pouco conhece sobre seu entorno.

Silva (2015) ao tratar da visão de Manaus sob o olhar de José Ribamar Bessa Freire resgata a crônica publicada no Jornal Diário do Amazonas em 11/08/2013, exaltando a figura de Carlos Zamith, uma das personalidades mais conhecidas dentro do futebol amazonense como história viva do esporte local. Falecido no ano de 2013, Zamith deixou uma grande contribuição ao publicar o livro “Baú Velho”, relatando grandes momentos e memórias do futebol amazonense, como menções a escalações dos times, rendas, públicos, ídolos, equipes de arbitragem, um verdadeiro tesouro para a cultura do estado. Nesse viés, José Ribamar Bessa Freire defendia a ideia da obra e o acervo de Zamith tornar-se um Museu como forma de resgatar e preservar tais memórias. Para a autora da pesquisa, tal ideia seria de extrema relevância ao turismo e esporte no Estado, pois são memórias que hoje pertencem ao mais velhos, que vivenciaram o auge do futebol amazonense e que levarão consigo lembranças únicas de um passado de glória, permitindo que o presente e o futuro fiquem órfãos de conhecerem esses momentos.

Na mesma lógica, outro livro importante e que merece transformar-se em um museu é o “Memória do esporte bretão caboclo: Os primórdios do futebol no Amazonas 1903 a 1914” do historiador Gaspar Viera Neto, que traz a luz ao início do futebol em terras barés, os primeiros times amazonenses, seus ídolos, os campos onde aconteciam as partidas, dentre outros fatos marcantes. A obra nasceu de um trabalho de pesquisa exaustivo do autor ao verificar jornais da época e merece muito reconhecimento pela recuperação histórica.

Para a Arena da Amazônia, que já possui a visitação turística nas dependências se propõe o incremento para melhor experiência na visita, como o Memorial ao Vivaldão, mantendo viva a memória do estádio que foi por muito tempo o maior palco do futebol amazonense e provoca muitas saudades nos apaixonados por futebol; projeto “Calçada da fama” ou “Galeria de Ídolos”, recordando grandes astros que surgiram ou passaram pelo futebol amazonense; implementação de uma mini loja no estádio que comercializem acessórios, camisas, bandeiras, entre outros objetos que remetam aos times amazonenses, para que os que visitam levem consigo lembranças tangíveis da visita e consumam o comércio local.

Outro ponto importante a ser pensado é, a longo prazo, desenvolver roteiros especializados para levar visitantes a sede dos clubes e conheçam o ambiente

interno das equipes. Igualmente, os clubes devem promover ações com seus funcionários, especialmente vindos de outras localidades, conhecendo a cidade, interagir com ela sob o viés turístico.

No que se refere a propostas de pesquisa acadêmica, se recomenda trabalhos acerca dos espaços que um dia foram campos de futebol, como o Parque Amazonense, o Bosque Municipal, A praça da Saudade, Praça Floriano Peixoto; a importância cultural e histórica do Atlético Rio Negro Clube; A projeção do crescimento do futebol amazonense em dez anos ; As manifestações culturais por meio do futebol no Amazonas e O Peladão como marca do futebol amazonense, sua importância para o turismo e lazer no Amazonas.

Por fim, é muito importante destacar que o futebol amazonense deve ser valorizado de dentro para fora, ou seja, desde agora e não apenas quando estiver nas primeiras divisões do campeonato brasileiro. Há muito trabalho a ser feito e isso deve começar com a organização do ambiente interno, resgatando a confiança dos torcedores em seus clubes; respeitando as equipes e prezando por seu crescimento; valorizando sua história, aproximando o passado, presente e futuro, mostrando a sociedade o que temos de bom e de singular. O potencial de crescimento é grande e espera-se que Turismo ajude a fortalecer o futebol do Amazonas nesse processo e vice-versa.

## REFERÊNCIAS

ALVES, Fabio Padilha. **Amor a camisa? Conciliando Razão e Paixão no ambiente de futebol profissional**. Orientador: Dr. Otávio Guimarães Tavares da Silva. 2010.170f, Dissertação (Mestrado em Educação Física) – Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória, ES, 2010.

ANDRADE, Rodrigo Fadul. **Preparativos para a copa do mundo de 2014 na cidade de Manaus/AM: uma abordagem antropológica**. Orientador: Prof. Dr. Sérgio Ivan Gil Braga. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social) - Universidade Federal do Amazonas, Manaus, AM, 2013

ANDRADE, Rodrigo Fadul; BRAGA, Sergio Ivan Gil. **Futebol e torcedores em Manaus (AM): breve digressão e etnografia multissituada em “clima” de Copa do Mundo na cidade**. Ponto Urbe Revista do núcleo de antropologia urbana da USP, 2014. Disponível em: <<https://journals.openedition.org/pontourbe/1699>>. Acesso em 14 de abril de 2022.

ASHTON, Mary Sandra Guerra; FAGUNDES, Camila. **A Copa do Mundo de Futebol FIFA 2014: turismo e desdobramentos socioeconômicos para a região metropolitana de Porto Alegre, RS, Brasil, 2014**. Disponível em: <<https://www.efdeportes.com/efd156/a-copa-do-mundo-de-futebol-fifa-2014-porto-alegre.htm>>. Acesso em 12 de abril de 2022.

AZEVEDO JUNIOR, Aryovaldo de Castro et al. **Futebol e a Marca Brasil: paixão nacional, reconhecimento internacional**. XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Recife, PE – 2 a 6 de set. de 2011. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2011/resumos/r6-0291-1.pdf>>. Acesso em 11 de abril.

BORGES, João Victor Benjamin. **O futebol como atrativo turístico no Brasil**. Orientadora: Mrs. Lívia Cristina Barros da Silva Wiesinieski..2019. 74f. Monografia (Graduação em Turismo) – Universidade de Brasília, Brasília, DF, 2019.

BARASUOL, Amauri Cereser. **Critérios utilizados pelos clubes de futebol brasileiro para seleção de atletas nas categorias de base**. Orientador: Joni Marcio Farias de 2015. 17f. Monografia (Licenciatura em educação Física) – Universidade do Extremo Sul Catarinense, Criciúma, SC, 2015.

BRAUNER, Eugenio. **Entre as quatro linhas: Da Crônica sobre o futebol ao colonismo esportivo ou da profissionalização do futebol e do cronista**. Orientador: Dr. Antônio Sanseveriano. 2010. 123f. Dissertação (Mestrado em Literatura Brasileira) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS, 2010.

BRANSKI, Regina Meyer; FRANCO, Raul Arellano Caldeira; JUNIOR, Orlando Fontes Lima. **Metodologia de estudo de casos aplicada à logística**, 2010. Disponível em: <<http://www.lalt.fec.unicamp.br/scriba/files/escrita%20portugues/ANPET%20-%20METODOLOGIA%20DE%20ESTUDO%20DE%20CASO%20-%20COM%20AUTORIA%20-%20VF%2023-10.pdf>> Acesso em 27 de abril de 2022.

BONFIM, Izac Oliveira; KOZEL, Salete. **Copa do mundo de futebol da FIFA de 2014: imagem, representação e turismo**. Ateliê Geográfico Revista Eletrônica, 2012. Disponível em: <<https://www.revistas.ufg.br/atelie/article/view/13267/11445>>. Acesso em 13 de abril de 2022.

BOSCHILIA, Bruno. **A construção da identidade nacional a partir do futebol: Uma Revisão de Literatura**. Orientador: Dr. Wanderley Marchi Jr. 2005. 55f. Monografia (Licenciatura em Educação Física) – Universidade Federal do Paraná, Curitiba, PA, 2005.

CANTERGI, Ricardo. **A paixão por um time de futebol: marcas que tocam os corações brasileiros e ingleses**. Orientador: Prof. Dra. Maria Berenice da Costa Machado. Monografia (Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS, 2011.

CARRARO, Renata Aquino. Turismo Cultural e o futebol: Estudo de caso da sociedade esportiva e recreativa Caxias do Sul. **I Encontro do Semintur Junior**, Jul, 2010. Disponível em: [https://www.ucs.br/site/midia/arquivos/turismo\\_cultural.pdf](https://www.ucs.br/site/midia/arquivos/turismo_cultural.pdf). Acesso em: 09 Mar. 2022.

CARVALHO, P. G.; LOURENCO, R. **Turismo de prática desportiva: um segmento do mercado do turismo desportivo**. Rev. Port. Cien. Desp., Porto, v. 9, n. 2, p. 122-132, nov. 2009. Disponível em: <[https://rpcd.fade.up.pt/\\_arquivo/artigos\\_soltos/vol.9\\_nr.2\\_supl.1/1.13.pdf](https://rpcd.fade.up.pt/_arquivo/artigos_soltos/vol.9_nr.2_supl.1/1.13.pdf)>. Acesso em 6 de setembro de 2022.

CHAVES, Alexandre Marco Araújo. **PAIXÕES E CORES DA TORCIDA BARÉ Significados sociais do ato de torcer por um time de futebol profissional em Manaus**. Mestrado (Programa de Pós-Graduação em Sociedade e Cultura na Amazônia), Universidade Federal do Amazonas – UFAM. Amazonas, p. 110, 2013.

CHIQUETTO, Rodrigo Valentim. **A Cidade do futebol: etnografia sobre a prática futebolística na metrópole manauara**. Orientador: Prof. Dr. José Guilherme Cantor Magnani. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social). Universidade de São Paulo, SP, 2014.

Confederação Nacional do Comércio. **“Breve história do turismo e da hotelaria”**. Rio de Janeiro, 2015.

COSTA, Anne Beatriz; MALCHER, Maria Ataíde. Futebol e Identidade Nacional Brasileira. **X Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Região Norte – Boa Vista**, 2016. Disponível em: <http://intercom.org.br/papers/regionais/norte2011/resumos/R26-0368-1.pdf>. Acesso em: 09. Mar.2022

CUNHA, PAULO Roberto; SANTOS, Cleston Alexandre; HAVEROTH, Juçara. **Fatores contábeis explicativos da política de estrutura de capital dos clubes de futebol brasileiros**. PODIUM Sport, Leisure and Tourism Review Vol.6, N. 1 Janeiro/Abril. 2017. Disponível em: <<https://periodicos.uninove.br/podium/article/view/9314>>. Acesso em 5 de setembro de 2022.

DAMO, Arlei Sander. **Futebol, consumo e publicidade: novas modalidades de apelo e representação do pertencimento clubístico**. XIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação / GT 5 - Publicidade e Propaganda, 1996.

DAMO, Arlei Sander. **DOM, AMOR E DINHEIRO NO FUTEBOL DE ESPETÁCULO**. Revista Brasileira de Ciências Sociais, Fev. 2008. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/rbcsoc/a/P7GvDKjFfLCdjgqW9KSp8C/abstract/?lang=pt>>. Acesso em: 11 de abril.

DEMURU, Paolo. Futebol Brasileiro: o estilo, o jogo, a história. **Revista Dialnet**. 2010. Disponível em: [file:///C:/Users/Adriana/Downloads/Dialnet-FutebolBrasileiro-6277618%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Adriana/Downloads/Dialnet-FutebolBrasileiro-6277618%20(1).pdf). Acesso em: 08 Mar.2022.

FERREIRA, Erick Alan Moreira. **Futebol e Turismo: Possibilidade de atração entre o novo Mineirão e a Pampulha**. Orientador: Luciano Pereira da Silva. 2015. 239f. Dissertação (Mestrado em Estudos do Lazer) – Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, MG, 2015.

FLACH, Rosiane Oswald; ROSSA, Adalmir. **O que leva o torcedor a ser fiel ao time? Um estudo de caso da Chapecoense**. Revista de Gestão e Negócios do Esporte (RGNE), São Paulo. Vol. 5 - N. 2, 18-36, jul.-dez./2020. Disponível em: <<http://revistagestaodoesporte.com.br/local/revista/artigos/V5N2/2%20O%20que%20Leva%20o%20Torcedor%20a%20ser%20Fiel%20ao%20Time%20Um%20Estudo%20de%20Caso%20da%20Chapecoense.pdf>>. Acesso em 6 de setembro de 2022.

FERREIRA BEZERRA, Marcio; CURVELLO, Pedro Henrique; MORAIS ZOUIAN, Deborah. **Turismo esportivo de experiência em museus e tours em estádios de futebol**. Caderno Virtual de Turismo, vol. 19, núm. 3, 2019. Disponível em: <<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=115461709006>>. Acesso em: 12 de abril de 2022

FONSECA, Venilson Luciano Benigno. **Lugares e territórios na cultura do futebol brasileiro**. Orientador: Dr. Cassio Eduardo Viana Hissa. 2014.314f. Tese (Doutorado em Geografia) – Universidade de Minas Gerais, Belo Horizonte, MG, 2014.

FONTOURA, João Paulo Jobim. **A PAIXÃO CLUBÍSTICA NO RIO GRANDE DO SUL: Um traço da identidade local presente nas linhas e nas entrelinhas das colunas de Zero Hora e Correio do Povo.** Orientador: Prof. Dr. Ronaldo César Henn. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação). UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS – UNISINO, São Leopoldo, RS, 2014.

GALLEGO CAMPOS, F R. **Análise do discurso dos atores socioespaciais do futebol amazonense a partir de epistemologias do terceiro espaço.** GEOTEXTOS (ONLINE), v. 16, p. 13-36, 2020.

GALLEGO CAMPOS, F.R. **A socialidade no futebol amador amazonense: rede sócioespacial e representações sociais,** 2007. Disponível em: <[https://www.neer.com.br/anais/NEER-2/Trabalhos\\_NEER/Ordemalfabetica/Microsoft%20Word%20-%20FernandoRossetoGallegoCampos.ED2VI.pdf](https://www.neer.com.br/anais/NEER-2/Trabalhos_NEER/Ordemalfabetica/Microsoft%20Word%20-%20FernandoRossetoGallegoCampos.ED2VI.pdf)>. Acesso em 1 de maio de 2022

GASPARETTO, Thadeu Miranda. O futebol como negócio: Uma comparação financeira com outros segmentos. **Revista Brasileira de Ciências e Esporte,** Dez. 2013. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbce/a/nQwxcCFYTPGQy5cyLCVTzrm/?lang=pt>. Acesso em: 09 Mar.2022.

GAUDÊNCIO, Sandra Letícia Magalhães. **“Deixem disso, amigos bons da grande Amazônia”: futebol é arte tanto em Belém como em Manaus. (1967-1975).** XXVII Simpósio Nacional de História - Natal, RN, 2013. Disponível em: <[http://www.snh2013.anpuh.org/resources/anais/27/1364668327\\_ARQUIVO\\_textoamigosbonsdaamazoniaeanphurnacional.pdf](http://www.snh2013.anpuh.org/resources/anais/27/1364668327_ARQUIVO_textoamigosbonsdaamazoniaeanphurnacional.pdf)> Acesso em 01 de maio de 2022.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa** - 4. ed. - São Paulo: Atlas, 2002

GOMES, Marisa de Oliveira; SAID, Gustavo Fortes. Identidade Cultural e Futebol: A construção da identidade brasileiro no discurso mediático do Jornal Nacional da copa de 2014. **XVII Congresso de Ciências da comunicação na Região Nordeste,** Natal, RN, 2015. Disponível em: <https://www.portalintercom.org.br/anais/nordeste2015/resumos/R47-1924-1.pdf>. 09 Mar.2022.

GOTTLIEB, Cassiano dos Santos; RAUPP, Luciane Maria Wagner. **As implicações da força simbólica das instituições e da ideia de pertencimento a uma comunidade: o caso da paixão por um time de futebol entre estudantes universitários.** Revista ICOM: pensamento crítico em comunicação, 2019. Disponível em: <<https://seer.faccat.br/index.php/ricom/issue/view/61>>. Acesso em: 05 de abril de 2022.

GREMELMAIER, Felipe João. **Potencial Do Futebol Para Desenvolvimento Do Turismo Esportivo De Nostalgia Em Caxias Do Sul – RS**. Mestrado (Turismo e Hospitalidade.) – Universidade Caxias do Sul. Rio Grande do Sul, p. 95, 2021.

HORÁCIO, Monalisa Maria Sousa. **Percepção da população em relação ao desenvolvimento e o reconhecimento nacional do futebol feminino amazonense**. Orientadora: Maria Adriana Sena Bezerra Teixeira. 2019. 52f. Monografia (Bacharelado em Turismo) – Universidade do Estado do Amazonas, Manaus, AM, 2019.

JAKUES, Diego Cezar Silva. **Organização do Futebol Brasileiro: Discurso desenvolvimentista made in Brazil?** Orientador: Dr. André Luiz de Sousa Leão. 2015. 120. Dissertação (Mestrado em Administração do Centro Social Aplicadas) - Universidade Federal de Pernambuco, Recife, PE, 2015.

JUNIOR, Sergio Casaes Pimentel. **Futebol: uma análise do futebol brasileiro e os seus resultados como modelo de negócio**. Orientador: Hamilton de Moura Ferreira Júnior. Monografia (Graduação de Ciências Econômicas) - Universidade Federal da Bahia, Salvador, BA, 2016.

KRAUSE, Guilherme Kurtz. **O futebol como meio construtor de identidades**. Orientador: Dr. Alberto de Oliveira Monteiro. 2010. 48f. Monografia (Licenciatura em Educação Física) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul

LEONCINI, Marcio Pereira; SILVA, Márcia Terra. Entendendo o futebol como um negócio: Um estudo exploratório. **Revista Gestão e Produção**.V.12, n.1.p.11-23. Jan. 2005. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/gp/a/kM9tcDvCHmxQw7XYwXnk3Yq/?lang=pt&format=pdf>. Acesso em: 09 Mar.2022.

LIMA, Edson Vitor; DANTAS, Hélio. **Translado Turístico Futebolístico**. Notas sobre a profissionalização no futebol no Amazonas (década de 1960). Revista Somanlu, 2014. Disponível em: <<https://www.periodicos.ufam.edu.br/index.php/somanlu/article/view/3971/3379>>. Acesso em 01 de maio de 2022.

MAROTTI, Juliana et al. **Amostragem em Pesquisa Clínica: tamanho da amostra**. Revista de Odontologia da Universidade Cidade de São Paulo, 2008. Disponível em: <[https://arquivos.cruzeirosuleducacional.edu.br/principal/old/revista\\_odontologia/pdf/maio\\_agosto\\_2008/Unicid\\_20\(2\\_12\)\\_2008.pdf](https://arquivos.cruzeirosuleducacional.edu.br/principal/old/revista_odontologia/pdf/maio_agosto_2008/Unicid_20(2_12)_2008.pdf)>. Acesso em 27 de abril de 2022.

MENDES, Thales Cerqueira; FILHO, Moacir Souza. **Aspectos dedutivos em pesquisas qualitativas no ensino de física**. Congresso Nacional de Pesquisa e Ensino em Ciências Conapesc, 2019. Disponível em: <[https://www.editorarealize.com.br/editora/anais/conapesc/2019/TRABALHO\\_EV126\\_MD1\\_SA2\\_ID2187\\_01072019214157.pdf](https://www.editorarealize.com.br/editora/anais/conapesc/2019/TRABALHO_EV126_MD1_SA2_ID2187_01072019214157.pdf)>. Acesso em 27 de abril de 2022.

MENEZES, Afonso Henrique Novaes et al. **Metodologia científica: teoria e aplicação na educação a distância**. Petrolina - PE, 2019

MILLS, John Robert. **Charles Miller: o pai do futebol**. São Paulo: Panda Books, 2005.

MURAD, Mauricio. **Dos pés à cabeça. Elementos básicos de Sociologia do Futebol**. Rio de Janeiro: Irradiação Cultural, 1996.

MINAYO, Maria Cecília de Souza (org.). **Pesquisa Social. Teoria, método e criatividade**. 18 ed. Petrópolis: Vozes, 2001.

NARZETTI, Claudiana. **Manaus como cidade-sede da Copa do Mundo de Futebol: memória e acontecimento**. Moara – Revista Eletrônica do Programa de Pós-Graduação em Letras, 2015. Disponível em: <<https://periodicos.ufpa.br/index.php/moara/article/view/2629>>. Acesso em 13 de abril de 2022.

NETO, GASPAR VIEIRA. **Memórias do esporte bretão caboclo: os primórdios do futebol no Amazonas**. Editora do Autor – Manaus, 2017

OLIVEIRA, Jonathan Rocha de. **Turismo esportivo: a estruturação do Futebol Club Barcelona como atrativo turístico da cidade de Barcelona**. Orientador: Prof.o Dr.o André Mendes Capraro. Dissertação (Mestre em Ed. Física) - Universidade Federal do Paraná, Curitiba, PR, 2021.

OLIVEIRA, José Clovis Pereira de. **O questionário, o formulário e a entrevista como instrumentos de coleta de dados: vantagens e desvantagens do seu uso na pesquisa de campo EM CIÊNCIAS HUMANAS**. III Congresso Nacional de Educação, 2013. Disponível em: <[https://editorarealize.com.br/editora/anais/conedu/2016/TRABALHO\\_EV056\\_MD1\\_SA13\\_ID8319\\_03082016000937.pdf](https://editorarealize.com.br/editora/anais/conedu/2016/TRABALHO_EV056_MD1_SA13_ID8319_03082016000937.pdf)>. Acesso em 27 de abril de 2022.

PACHÊCO, Ana Venância da Silva et al. **Cronistas e locutores esportivos do Amazonas: a trajetória do esporte contada por quem viveu essa história nas ondas do rádio**. XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Fortaleza, CE, 2012. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2012/resumos/R7-0222-1.pdf>>. Acesso em 01 de maio de 2022

PEREIRA, Juliana Alves; ALVEZ, Daniel Figueira. **O torcedor de futebol: paixão que extrapola as quatro linhas**. In: XI Encontro Nacional de História Oral: memória, democracia e justiça, 2012. Disponível em: <[https://www.encontro2012.historiaoral.org.br/resources/anais/3/1340419038\\_ARQUIVO\\_TRABALHOCONGRESSORIO.pdf](https://www.encontro2012.historiaoral.org.br/resources/anais/3/1340419038_ARQUIVO_TRABALHOCONGRESSORIO.pdf)>. Acesso em: 11 de abril de 2022.

PRAÇA, Fabíola Silva Garcia. **Metodologia da pesquisa científica: organização estrutural e os desafios para redigir o trabalho de conclusão**. Revista Eletrônica

“Diálogos Acadêmicos”, 2015. Disponível em: <[http://uniesp.edu.br/sites/\\_biblioteca/revistas/20170627112856.pdf](http://uniesp.edu.br/sites/_biblioteca/revistas/20170627112856.pdf)>. Acesso em 27 de abril de 2022.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico [recurso eletrônico]: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

RIBEIRO, Rômulo José da Costa. **Impactos da Copa do Mundo de 2014 em Manaus-AM. Brasil: os impactos da Copa do Mundo 2014 e das Olimpíadas 2016**, p. 325 - 344. Rio de Janeiro: E-papers, 2015.

RODRIGUES, Ricardo Bastos; SOUZA, Caissa Veloso e; FAGUNDES, André Francisco Alcântara. **Aspectos Emocionais E Experienciais Influenciadores Da Ida Do Torcedor Aos Estádios De Futebol De Belo Horizonte-MG**. Revista Brasileira de Marketing – ReMark São Paulo, Vol. 17, N. 1. Janeiro/Março. 2018. Disponível em: <<https://periodicos.uninove.br/remark/article/view/12214>>. Acesso em 5 de setembro de 2022.

RODRIGUES, Tuane Telles; KEPPEL, Mateus Fernando; CASSOL, Roberto. **O método indutivo e as abordagens quantitativa e qualitativa na investigação sobre a aprendizagem cartográfica de alunos surdos**. Revista Estudos e Pesquisas em Ensino de Geografia, 2019. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/pesquisar/article/view/66686/40550>>. Acesso em 27 de abril de 2022.

ROMANO, Fillipe Soares e UVINHA, Ricardo Ricci. **Turismo Esportivo e Patrimônio Cultural: o Museu do Futebol no Brasil como atrativo temático**. Revista Museologia e Patrimônio, v. 14, n. 1, p. 182-211, 2021 Tradução . . Disponível em: <https://doi.org/10.52192/1984-3917.2021v14n1p182-211>. Acesso em: 7 de setembro de 2022.

SANTANA, Allan; GUBITOSO, Stella; COLANTUONO, Aline Correia de Sousa. **Impacto socioeconômico da copa do mundo de 2014**. Administração de empresas em revistas, 2015. Disponível em: <<http://revista.unicuritiba.edu.br/index.php/admrevista/article/view/1084>>. Acesso em 13 de abril de 2022.

SANTOS, Rodrigo do. **Futebol e sua história: Possibilidade de efetivação da proposta crítico e superadora**. Revista Repositório 2020. Disponível em: <http://repositorio.unesc.net/bitstream/1/3139/1/Rodrigo%20dos%20Santos.pdf>. Acesso em: 08 Mar. 2022

SANTOS, Luiz Marcelo Vídero Vieira. **A evolução da gestão no futebol brasileiro**. Orientador: Clovis Bueno de Azevedo. 2002. 127f. Dissertação (Mestrado em Administração Pública) – Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, SP, 2002.

SANTOS, João Manuel Casquinha Malaia. **O Torcedor e o Consumo de Partidas de Futebol: Uma Visão Histórica de um Fenômeno Cultural no Brasil na**

**Primeira Metade do Século XX.** Encontro Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração, 2013. Disponível em: <[http://www.anpad.org.br/admin/pdf/2013\\_EnANPAD\\_MKT1628.pdf](http://www.anpad.org.br/admin/pdf/2013_EnANPAD_MKT1628.pdf)>. Acesso em: 12 de abril de 2022.

SHAMAH, Manuel Eduardo do Prado. **Análise de desempenho no futebol: A prática do analista de desempenho nas categorias de base dos clubes de brasileiros da série A.** Orientador: Rogério da Cunha Voser. 2021.227f. Dissertação (Mestrado em Ciências do Movimento Humano) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS, 2021.

SILVA, Andressa Hennig; FOSSÁ, Maria Ivete Trevisan. **Análise de Conteúdo: Exemplo de Aplicação da Técnica para Análise de Dados Qualitativos.** IV Encontro de Ensino e Pesquisa em Administração e Contabilidade, 2013. Disponível em: <<http://www.anpad.org.br/admin/pdf/EnEPQ129.pdf>>. Acesso em 27 de abril de 2022.

SILVA, Lilian Lima da. **Manaus No Olhar Das Crônicas De José Ribamar Bessa Freire.** Relatório (PRÓ- REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO), Universidade do Estado do Amazonas- UFAM. Amazonas, p. 17, 2015.

SILVA, Raquel Ferreira; DIAS, Sara Maria Barreto; RIBEIRO, Kleber Augusto. **Gestão Financeira no Futebol - Um Estudo das Receitas dos Principais Clubes do Estado do Ceará, Brasil.** Revista de Gestão e Negócios do Esporte (RGNE), São Paulo, Vol. 5 - N. 1, 44-59, jan.-jun./2020. Disponível em: <://[revistagestaodoesporte.com.br/local/revista/artigos/V5N1/3%20-%20Gest%C3%A3o%20Financeira%20no%20Futebol-Um%20Estudo%20das%20Receitas%20dos%20Principais%20Clubes%20do%20Estado%20do%20Cear%C3%A1,%20Brasil.pdf](http://revistagestaodoesporte.com.br/local/revista/artigos/V5N1/3%20-%20Gest%C3%A3o%20Financeira%20no%20Futebol-Um%20Estudo%20das%20Receitas%20dos%20Principais%20Clubes%20do%20Estado%20do%20Cear%C3%A1,%20Brasil.pdf)>. Acesso em 3 de setembro de 2022.

SILVA, Vinicius Bolaina. **ÍDOLOS DO FUTEBOL: A criação e a relação do herói com a paixão do torcedor.** Graduação (Curso de Jornalismo) - Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, p. 25, 2019.

SMANIOTTO, Larissa; BANDEIRA, Milena Berthier. **Turismo e Futebol: Possibilidade e Potencialidades de uma correlação.** IV Encontro do Semintur Jr. Nov.2013. Disponível em: <[https://www.ucs.br/site/midia/arquivos/turismo\\_e\\_futebol\\_possibilidades.pdf](https://www.ucs.br/site/midia/arquivos/turismo_e_futebol_possibilidades.pdf)>. Acesso em: 09 mar. 2022.

SOUZA, Júlio César Couto de. **A transformação do futebol brasileiro: Avanços e recuos na sua modernização e repercussões nas categorias de base.** Orientadora: Dra. Eleonor Kunz. 2001. 170f. Dissertação (Mestrado em Educação Física) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, SC, 2001.

SOUZA, Miriam Martins Vieira De. **Campeonato de futebol “peladão indígena” um olhar sociocultural**. (Mestrado, Programa de Pós-Graduação Sociedade e Cultura na Amazônia (PPGSCA). Universidade Federal do Amazonas – UFAM. Amazonas, p. 71, 2017.

SOARES, Antonio Jorge. Futebol: a construção histórica do estilo nacional. In: **Revista Brasileira de Ciências do Esporte**, Campinas, v.25, n. 1, p. 129-143, 2003

TEIXEIRA, Maria Adriana S.B. **A ARTE DO A, B, C DA METODOLOGIA CIENTÍFICA: Resumo das obras de metodologia da pesquisa**. Manaus, 2022.

TRICHES, Vinicius. **Sociedade e cultura futebolística: a visão e significância do futebol para o povo brasileiro como um elemento do pertencimento e autoestima**. Revista Kinesis, Santa Maria, v. 38, p. 01-14, 2020. Disponível em: <<https://periodicos.ufsm.br/kinesis/article/view/38403/pdf>>. Acesso em 5 de setembro de 2022.

ZAMITH, Carlos. **Baú Velho**. Manaus: Editora Valer, 2008.

\_\_\_\_\_, Wesley Ferreira de. **A geografia do futebol brasileiro: Esporte e relações político – econômicas**. Orientadora: Dra. Maria das Graças de Lima. 2017.116f. Dissertação (Mestrado em geografia) – Universidade Estadual de Maringá, Maringá, PR, 2017.

.

.

## APÊNDICE 1

### FORMULÁRIO E ENTREVISTA VOLTADA AOS CLUBES DE FUTEBOL AMAZONENSE E JORNALISTAS ESPORTIVOS DO ESTADO

#### TERMO LIVRE ESCLARECIDO DE PESQUISA.

Prezados,

Meu nome é Eloiza Fernanda da Silva Oliveira, sou graduanda do curso de Bacharelado em Turismo na Universidade Estadual do Amazonas – UEA e os meios para me contatar são: celular (92) 99477-4814 e e-mail: efso.tur18@uea.edu.br.

Esta entrevista forma parte da pesquisa de minha autoria, recebendo o título de **“O Futebol Amazonense Como Agente Fortalecedor Da Atividade Turística No Estado Do Amazonas”** sob a orientação de Dra. Maria Adriana S.B Teixeira, orientadora da matéria de Trabalho de Conclusão de Curso da Universidade Estadual do Amazonas – UEA e tem como objetivo *Identificar de que forma o futebol amazonense pode ser utilizado como ferramenta de fortalecimento da atividade turística no estado do Amazonas.*

Os participantes dessa entrevista são pessoas relacionadas a turismo e futebol no Estado do Amazonas, dessa maneira, gostaria de contar com sua ajuda para responder os questionamentos aqui feitos, ressaltando que as respostas obtidas apenas serão divulgadas mediante a autorização do questionado. Além disso, o autor das respostas não será mencionado, sendo o anonimato do entrevistado considerado.

A sua participação é considerada de suma importância para o encaminhamento dessa pesquisa e clareza e autenticidade nas suas respostas são fundamentais aos tópicos do trabalho.

Nome do participante:

---

CPF: \_\_\_\_\_ RG: \_\_\_\_\_

Data: \_\_/\_\_/\_\_

- 1) Na sua visão, as contribuições do futebol vão mais além das quatro linhas e podem beneficiar o seu entorno?
- 2) Futebol e turismo possuem características que potencializam uma relação de proximidade. É possível destacar que em ambas as atividades estão envolvidos o deslocamento de pessoas; geração de lucro e consumo de bens e serviços, a vivência de novas experiências, entre outros elementos. Ainda que a primeira vista essa união entre as suas variáveis seja paradoxal, na sua opinião, as atividades que envolvem o futebol podem ter uma influência direta ou indireta no Turismo e sociedade?
- 3) Desta maneira, é possível verificar se essa influência pode ser percebida no Estado do Amazonas?
- 4) Conforme o levantamento feito pelo Datafolha em 2019, 47% dos torcedores amazonenses são Flamenguistas ou Vascaínos, logo, a presença de torcidas do eixo Rio – São Paulo é unanimidade no Estado do Amazonas. Em sua opinião, como é visto o vínculo da população local com o futebol amazonense?
- 5) O Futebol é o esporte mais conhecido e praticado no mundo, em especial no Brasil, conhecido mundialmente como país do esporte bretão. O alcance e a mobilização do futebol é extraordinário e pode desenvolver outras áreas, como o Turismo. Em sua opinião, há potencial de crescimento do Futebol na comunidade amazonense? E qual importância de resgatar o sentimento de pertencimento com o futebol local?
- 6) Em diferentes lugares do mundo, o futebol tornou-se um importante aliado da atividade turística ao converter-se em um dos vários atrativos de uma localidade, seja para torcedores ou para turistas que buscam conhecer mais além do que a

oferta tradicional. Casos como esse são vistos principalmente na Europa, sendo exemplos o time catalão Barcelona, atratividade da cidade que leva o mesmo nome, na Espanha; O Porto FC, na cidade de Porto, Portugal; o Manchester United, na cidade de Manchester, Inglaterra; etc. No Brasil, o impacto de times no turismo local também é verificada, como no Rio Grande do Sul, com Grêmio e Internacional; no Rio de Janeiro, com Flamengo e Vasco da Gama; Chapecoense, na cidade de Chapecó, Santa Catarina, entre outros. Posto isso, o Futebol Amazonense, com sua tradição, história e particularidades, pouco exploradas, pode se tornar um atrativo para fortalecer o turismo no Estado do Amazonas?

- 7) O Turismo têm sido aproveitado como alternativa de renda e desenvolvimento em inúmeros países. Os benefícios gerados pela atividade, sejam tangíveis ou intangíveis, são potenciais condutores de mudanças e construção de uma nova realidade. O futebol no Amazonas, há muito, passa por desvalorização e recebe pouco investimento e, nesse contexto, ações precisam ser desenvolvidas com o intuito de resgatar a autoestima do esporte e fazer disso outro símbolo da cultura amazonense. Dessa forma, podem Turismo e o Futebol no Estado do Amazonas caminharem em conjunto para o desenvolvimento e fortalecimento de ambas as atividades?

8) Na visão do Clube e com base na pergunta anterior, essas ações podem ser positivas? Quais seriam as influências decorrentes da associação entre Turismo e Futebol na Instituição?

## APÊNDICE 2

### ENTREVISTA VOLTADA AO PELADÃO TERMO LIVRE ESCLARECIDO DE PESQUISA.

Prezados,

Meu nome é Eloiza Fernanda da Silva Oliveira, sou graduanda do curso de Bacharelado em Turismo na Universidade Estadual do Amazonas – UEA e os meios para me contatar são: celular (92) 99477-4814 e e-mail: efso.tur18@uea.edu.br.

Esta entrevista forma parte da pesquisa de minha autoria, recebendo o título de **“O Futebol Amazonense Como Agente Fortalecedor Da Atividade Turística No Estado Do Amazonas”** sob a orientação de Dra. Maria Adriana S.B Teixeira, orientadora da matéria de Trabalho de Conclusão de Curso da Universidade Estadual do Amazonas – UEA e tem como objetivo *Identificar de que forma o futebol amazonense pode ser utilizado como ferramenta de fortalecimento da atividade turística no estado do Amazonas.*

Os participantes dessa entrevista são pessoas relacionadas a turismo e futebol no Estado do Amazonas, dessa maneira, gostaria de contar com sua ajuda para responder os questionamentos aqui feitos, ressaltando que as respostas obtidas apenas serão divulgadas mediante a autorização do questionado. Além disso, o autor das respostas não será mencionado, sendo o anonimato do entrevistado considerado.

A sua participação é considerada de suma importância para o encaminhamento dessa pesquisa e clareza e autenticidade nas suas respostas são fundamentais aos tópicos do trabalho.

Nome do participante:

\_\_\_\_\_

CPF: \_\_\_\_\_ RG: \_\_\_\_\_

Data: \_\_/\_\_/\_\_

- 1) Sendo o maior campeonato de peladas do mundo, qual o alcance do Peladão e como a competição contribui para seu entorno?
- 2) Na sua opinião, as atividades que envolvem o futebol podem ter uma influência direta ou indireta no Turismo e sociedade? Como essa influência pode ser percebida no Estado do Amazonas?
- 3) O Futebol é o esporte mais conhecido e praticado no mundo, em especial no Brasil, conhecido mundialmente como país do esporte bretão. O alcance e a mobilização do futebol é extraordinário e pode desenvolver outras áreas, como o Turismo. Em sua opinião, há potencial de crescimento do Futebol na comunidade amazonense? E qual importância de resgatar o sentimento de pertencimento com o futebol local?
- 4) No que tange ao vínculo da população com o futebol local, se percebe que o futebol profissional amarga significativo afastamento quanto a torcida. Conforme o levantamento feito pelo Datafolha em 2019, 47% dos torcedores amazonenses são Flamenguistas ou Vascaínos, logo, a presença de torcidas do eixo Rio – São Paulo é unanimidade no Estado do Amazonas. No viés do futebol amador, como se dá a relação entre torcedores e o Peladão?
- 5) Em diferentes lugares do mundo, o futebol tornou-se um importante aliado da atividade turística ao converter-se em um dos vários atrativos de uma localidade, seja para torcedores ou para turistas que buscam conhecer mais além do que a oferta tradicional. Casos como esse são vistos principalmente na Europa, sendo exemplos o time catalão Barcelona, atratividade da cidade que leva o mesmo nome, na Espanha; O Porto FC, na cidade de Porto, Portugal; o Manchester United, na cidade de Manchester, Inglaterra; etc. No Brasil, o impacto de times no turismo local também é verificada, como no Rio Grande do Sul, com Grêmio e Internacional; no Rio de Janeiro, com Flamengo e Vasco da Gama; Chapecoense, na cidade de Chapecó, Santa Catarina, entre outros. Posto isso, o Futebol Amazonense, com sua tradição, história e particularidades, pouco exploradas, pode se tornar um atrativo para fortalecer o turismo no Estado do Amazonas?

- 7) O Turismo têm sido aproveitado como alternativa de renda e desenvolvimento em inúmeros países. Os benefícios gerados pela atividade, sejam tangíveis ou intangíveis, são potenciais condutores de mudanças e construção de uma nova realidade. O futebol no Amazonas, há muito, passa por desvalorização e recebe pouco investimento e, nesse contexto, ações precisam ser desenvolvidas com o intuito de resgatar a autoestima do esporte e fazer disso outro símbolo da cultura amazonense. Dessa forma, podem Turismo e o Futebol no Estado do Amazonas caminharem em conjunto para o desenvolvimento e fortalecimento de ambas as atividades?
- 8) O Peladão, com seu status mundial e grande repercussão nos municípios, bairros e ruas do estado do Amazonas mostra uma importante face do futebol local. Na sua opinião, é possível tornar a marca Peladão como atrativo do turismo esportivo amazonense? Quais seriam os impactos na instituição a partir da união entre turismo e futebol?

**APÊNDICE 3**  
**ENTREVISTA VOLTADA A ARENA DA AMAZÔNIA**

**TERMO LIVRE ESCLARECIDO DE PESQUISA.**

Prezados,

Meu nome é Eloiza Fernanda da Silva Oliveira, sou graduanda do curso de Bacharelado em Turismo na Universidade Estadual do Amazonas – UEA e os meios para me contatar são: celular (92) 99477-4814 e e-mail: efso.tur18@uea.edu.br.

Esta entrevista forma parte da pesquisa de minha autoria, recebendo o título de **“O Futebol Amazonense Como Agente Fortalecedor Da Atividade Turística No Estado Do Amazonas”** sob a orientação de Dra. Maria Adriana S.B Teixeira, orientadora da matéria de Trabalho de Conclusão de Curso da Universidade Estadual do Amazonas – UEA e tem como objetivo *Identificar de que forma o futebol amazonense pode ser utilizado como ferramenta de fortalecimento da atividade turística no estado do Amazonas.*

Os participantes dessa entrevista são pessoas relacionadas a turismo e futebol no Estado do Amazonas, dessa maneira, gostaria de contar com sua ajuda para responder os questionamentos aqui feitos, ressaltando que as respostas obtidas apenas serão divulgadas mediante a autorização do questionado. Além disso, o autor das respostas não será mencionado, sendo o anonimato do entrevistado considerado.

A sua participação é considerada de suma importância para o encaminhamento dessa pesquisa e clareza e autenticidade nas suas respostas são fundamentais aos tópicos do trabalho.

Nome do participante:

\_\_\_\_\_

CPF: \_\_\_\_\_ RG: \_\_\_\_\_

Data: \_\_/\_\_/\_\_

### Entrevista – Arena da Amazônia

- 1) Na sua visão, as contribuições do futebol vão mais além das quatro linhas e podem beneficiar o seu entorno?
- 2) Futebol e turismo possuem características que potencializam uma relação de proximidade. É possível destacar que em ambas as atividades estão envolvidos o deslocamento de pessoas; geração de lucro e consumo de bens e serviços, a vivência de novas experiências, entre outros elementos. Ainda que a primeira vista essa união entre as suas variáveis seja paradoxal, na sua opinião, as atividades que envolvem o futebol podem ter uma influência direta ou indireta no Turismo e sociedade?
- 3) Desta maneira, é possível verificar se essa influência pode ser percebida no Estado do Amazonas?
- 4) Conforme o levantamento feito pelo Datafolha em 2019, 47% dos torcedores amazonenses são Flamenguistas ou Vascaínos, logo, a presença de torcidas do eixo Rio – São Paulo é unanimidade no Estado do Amazonas. Em sua opinião, como é visto o vínculo da população local com o futebol amazonense?
- 5) O Futebol é o esporte mais conhecido e praticado no mundo, em especial no Brasil, conhecido mundialmente como país do esporte bretão. O alcance e a mobilização do futebol é extraordinário e pode desenvolver outras áreas, como o Turismo. Em sua opinião, há potencial de crescimento do Futebol na comunidade amazonense? E qual importância de resgatar o sentimento de pertencimento com o futebol local?

- 6) Em diferentes lugares do mundo, o futebol tornou-se um importante aliado da atividade turística ao converter-se em um dos vários atrativos de uma localidade, seja para torcedores ou para turistas que buscam conhecer mais além do que a oferta tradicional. Casos como esse são vistos principalmente na Europa, sendo exemplos o time catalão Barcelona, atratividade da cidade que leva o mesmo nome, na Espanha; O Porto FC, na cidade de Porto, Portugal; o Manchester United, na cidade de Manchester, Inglaterra; etc. No Brasil, o impacto de times no turismo local também é verificada, como no Rio Grande do Sul, com Grêmio e Internacional; no Rio de Janeiro, com Flamengo e Vasco da Gama; Chapecoense, na cidade de Chapecó, Santa Catarina, entre outros. Posto isso, o Futebol Amazonense, com sua tradição, história e particularidades, pouco exploradas, pode se tornar um atrativo para fortalecer o turismo no Estado do Amazonas?
- 7) O Turismo têm sido aproveitado como alternativa de renda e desenvolvimento em inúmeros países. Os benefícios gerados pela atividade, sejam tangíveis ou intangíveis, são potenciais condutores de mudanças e construção de uma nova realidade. O futebol no Amazonas, há muito, passa por desvalorização e recebe pouco investimento e, nesse contexto, ações precisam ser desenvolvidas com o intuito de resgatar a autoestima do esporte e fazer disso outro símbolo da cultura amazonense. Dessa forma, podem Turismo e o Futebol no Estado do Amazonas caminharem em conjunto para o desenvolvimento e fortalecimento de ambas as atividades?
- 8) Sendo um dos principais atrativos da cidade de Manaus, casa do futebol no estado e palpável herança da Copa do Mundo de 2014, os impactos derivados da união entre turismo e futebol amazonense seriam positivos ou negativos para a Arena da Amazônia?