

## **O futebol como fenômeno sociocultural e identitário na pós-modernidade**

*Football as a sociocultural and identity-defining expression in postmodernity.*

**Fernando Rossetto Gallego Campos**  
Instituto Federal de Santa Catarina, Brasil  
Chapecó, SC  
fernando.campos@ifsc.edu.br  
<https://orcid.org/0000-0002-7995-395X>

*Recebido em: 02 de junho de 2025*  
*Aceito em: 22 de outubro de 2025*

### **Resumo:**

Partindo do pressuposto de que o futebol transcende sua dimensão esportiva, o objetivo deste artigo é contribuir para a discussão do futebol como elemento sociocultural e identitário na pós-modernidade. A pós-modernidade refere-se, neste estudo, tanto ao atual período do desenvolvimento do futebol, caracterizado pela globalização, mercantilização e construção de novas identidades; e também como um período de rompimento com a modernidade, caracterizado pelo paradigma da socialidade, tribalização e sentimento trágico-dionisiaco. Esta pesquisa exploratória se organiza em duas seções. Na primeira, o futebol é discutido como elemento sociocultural, abordando sua relação com a vida cotidiana, construção de um universo simbólico próprio e celebração do estar-junto. Na segunda seção, são discutidas estruturas identitárias futebolísticas, abordando: tribalização no futebol, tipos de torcedores e escalas de identidade, enfatizando o global e o local e suas articulações. Conclui-se que o futebol, tanto profissional quanto amador, é um elemento fundamental da cultura nacional, global e local, produzindo dinâmicas socioespaciais e estruturas identitárias em diferentes escalas.

**Palavras-chave:** Futebol. Sociedade. Cultura. Identidade. Pós-modernidade.

### **Abstract:**

Based on the assumption that football transcends its sporting dimension, this article aims at contributing to the discussion of football as a socio-cultural and identity element in post-modernity. In this study, postmodernity refers both to the current period of soccer's development, characterized by globalization; commodification; and the development of new identities; and also as a period of rupture with modernity, characterized by the sociality paradigm; tribalization and the tragic-dionysian feeling. This exploratory research is organized into two sections. In the first, soccer is discussed as a socio-cultural element, addressing its relationship with everyday life, the construction of its own symbolic universe and the celebration of being together. In the second section, football identity structures are discussed, covering: tribalization in football, types of fans and identity scales, emphasizing the global and the local and their articulations. The conclusion is that, whether professional or amateur football, it is a fundamental element of national, global and local culture, producing socio-spatial dynamics and identity structures on different scales.

**Keywords:** Football. Society. Culture. Identity. Postmodernity.

## Introdução

O futebol é o esporte mais popular do mundo, o que pode ser observado a partir do seu grande número de praticantes, mas também pela audiência: a as Copas do Mundos Masculina 2022, no Qatar, e Feminina 2023, na Austrália e na Nova Zelândia, tiveram, respectivamente, 3,2 milhões e 1,9 milhão de espectadores nos estádios; 2,9 bilhões e 933 milhões de telespectadores; e um engajamento midiático global de cerca 5 bilhões e 2 bilhões de pessoas (Fifa, 2022; Fifa, 2023). Tal popularidade, no entanto, não pode ser explicada apenas a partir de sua qualidade esportiva. Em outras palavras: o futebol, assim como todas as relações promovidas a partir dele, não pode ser compreendido apenas como fenômeno esportivo, mas também como fenômeno sociocultural e espacial. Wisnik (2008) chama atenção para este embate entre economia e cultura no futebol atual, ou seja, entre sua mercantilização e sua vivência. É nesta perspectiva de vivência que nos apoiamos para argumentar que ele possui capacidade de produzir um universo simbólico próprio, uma dinâmica de relações e significações peculiares, além de uma instância própria da espacialidade<sup>1</sup>, como já demonstramos anteriormente (ver Gallego Campos, 2018).

Neste artigo, o termo *pós-modernidade* é utilizado em dois sentidos, ora convergentes ora parcialmente divergentes – nestes casos, procuraremos fazer contrapontos, mas, sobretudo, construir diálogos. O primeiro sentido é como um período da história do futebol – como esporte e como fenômeno sociocultural e espacial – que se inicia na década de 1990 e vai até os dias atuais. Partimos da leitura de Giulianotti (2002) de que o futebol pós-moderno é o futebol globalizado. Neste período, observa-se a mercantilização do futebol, que se redefine como produto midiático – tanto no fato futebolístico em si, ou seja, a partida, quanto em produtos derivados, de camisas a jogos de videogame. Além disso, há permite e estimula a formação de novas formas de identidades – como os fãs e flâneurs (Giulianotti, 2012) e aquelas que operam através de multiterritorialidades –, enquanto ora redefine ora reforça antigas – como o clubismo (Damo, 2014). Quando nos referimos ao futebol, não estamos falando apenas do futebol

---

<sup>1</sup> Não pretendemos fazer nenhuma distinção *a priori* do futebol em relação a outros esportes ou manifestações culturais. Nosso argumento é que, devido à sua grande penetração na vida cotidiana no Brasil e em muitos lugares do mundo, ele possui grande capacidade de produzir seu próprio universo simbólico (nunca desconectado com outros universos simbólicos e com a dinâmica da vida cotidiana) e uma instância da espacialidade própria, o espaço de representação do futebol (Gallego Campos, 2008), conceito desenvolvido com base em Lefebvre (2013). Outros esportes possuem esta capacidade, mas provavelmente nenhum com tamanha intensidade e abrangência geográfica. É o caso do basquete e do futebol americano nos Estados Unidos e o críquete, na Índia.

profissional de matriz espetacularizada, nos termos de Damo (2007), mas também da grande diversidade de formas de organização e manifestação do futebol, como o amador<sup>2</sup> e, ainda nos termos do autor, de matriz bricolada.

O segundo sentido de *pós-modernidade* está relacionado a formulações de Michel Maffesoli (1998, 2003, 2004, 2005, 2006), de que vivemos em um período de mudanças profundas em que o paradigma moderno do *social* – individualista, racional e baseado no poder das organizações econômico-políticas – vem sendo substituído pelo paradigma da *socialidade*, baseado em um *ethos* comunitário, no qual o sujeito se funde em uma massa, uma “‘alma coletiva’, na qual as atitudes, as identidades e as individualidades se apagam. [...]. Cada um participa deste ‘nós’ global” (Maffesoli, 2006: 118). Esta massa é, no cotidiano, clivada em tribos de diversas ordens, como “religiosas, sexuais, culturais, esportivas, musicais”, caracterizando-se por serem agrupamentos baseados “na ajuda mútua, compartilhamento dos sentimentos, ambiente afetivo” (Maffesoli, 2004: 24).

Assim, na pós-modernidade, há a redefinição das estruturas identitárias, de uma lógica da identidade (moderna) para, nas palavras de Maffesoli (2005), uma lógica de identificação, que se aproxima das formulações de Stuart Hall (2005) ao falar do descentramento do sujeito moderno e na emergência de identidades híbridas e intercambiantes. Outra característica da pós-modernidade é a emergência da montagem trágico-dionisíaca, baseada no hedonismo, na ética do instante e no orgasmo, ou seja, na busca de um prazer que só se realiza coletivamente e no *aqui e agora* (Maffesoli, 2005). Estas mudanças se manifestam na vida cotidiana, a qual, contrastando com a visão maffesoliana, para Lefebvre (2008), é fundamentalmente alienada, mas puncionada por momentos de presença, plenamente vividos (Lefebvre, 2006). O futebol pode, justamente, promover estes momentos de presença.

Desta forma, o objetivo deste artigo é contribuir para a discussão do futebol como elemento sociocultural e identitário na pós-modernidade. Entendemos que estes aspectos estão imbricados e os separamos apenas como forma de tentar organizar as ideias de forma mais didática. Metodologicamente, este artigo se caracteriza como uma

---

<sup>2</sup> Nossa concepção de futebol amador tem base em Tamburrini (2001), que realiza uma distinção entre o esporte profissional e amador (ou aficionado). Para este autor o atleta amador não é aquele que não obtém nenhum benefício econômico com sua prática esportiva, mas aquele que não tem um contrato formal com alguma instituição esportiva. O amador pode praticar o futebol por puro prazer ou mesmo em busca de reconhecimento simbólico e até financeiro, mas não tem vínculo profissional com nenhum clube.

pesquisa exploratória, com finalidade de ampliar as discussões acerca do futebol nas Ciências Humanas. Apesar de não demonstrar diretamente resultados de pesquisas empíricas, o artigo está articulado com formulações teóricas e pesquisas de campo realizadas pelo autor há mais de 20 anos tanto sobre futebol profissional quanto amador, em diferentes locais do Brasil.

### **Centralidade cultural e social do futebol**

Segundo Giulianotti (2002: 07), ‘nenhuma outra forma de cultura popular engendra uma paixão ampla e participativa entre seus adeptos como a que se tem pelo futebol’. Para o autor, a centralidade cultural do futebol em boa parte das sociedades, inclusive a brasileira (com suas especificidades regionais e locais), está ligada muito mais às importâncias simbólica e política que ele assume do que sua essência como jogo, sendo que “as características valorizadas no jogo nos dizem algo fundamental sobre as culturas em que ele é praticado” (Giulianotti, 2002: 08). Entretanto, devemos tomar cuidado para não cairmos em uma visão de que o futebol é mero reflexo de uma sociedade, como adverte Alabarces (2000), mas não podemos desconsiderar que ele é um produto – não apenas econômico, mas também simbólico – desta sociedade. Wisnik (2008, p. 12), poeticamente, apresenta o futebol como “o nó cego em que a cultura e a sociedade se expõem em seu ponto ao mesmo tempo mais visível e invisível”. Assim, recorremos às formulações de Toledo (2002) sobre terceira natureza do futebol, que se refere às interpretações do esporte em cada cultura; aos jeitos, escolas e estilos de jogar; e às representações geradas, sobretudo no senso comum. Assim, a terceira natureza transcende a dimensão esportiva, mas também se manifesta no fato futebolístico. Em outras palavras, o futebol, no seu ritual – na partida, no jogo, na competição em si –, se constitui como uma expressão sociocultural, muito mais do que simples manifestação esportiva.

Assim, o fato futebolístico se desdobra e é influenciado pela prática social do futebol, ou seja, nas relações sociais que o futebol promove no cotidiano – sejam as mais banais sejam aqueles ligadas a momentos de presença (Lefebvre, 2006) que se caracterizam pelo rompimento da vida cotidiana alienada, como festas promovidas pelo torcer (Franco Júnior, 2017). A prática social do futebol se concretiza, nos termos de Moscovici (2003: 51), nos universos consensuais – em “clubes, associações e bares” – através da circulação de representações sociais, forma de conhecimento popular que

opera no cotidiano. Tais representações sociais são fundamentais para a formulação de valores e na construção de símbolos, que podem ser apropriados, modificados e redefinidos por diferentes grupos.

Para DaMatta (2006: 163-164), o futebol é “uma importante agência de dramatização da sociedade brasileira” por três razões principais: por ser um código de integração nacional; por propiciar a experiência do êxito ao povo; e por oferecer a experiência de igualdade e justiça social. O autor aponta o futebol, no Brasil, como um importante elemento simbólico e fundamental fator de identificação nacional, sobretudo pois foi capaz de reunir sob a mesma égide a elite e o povo, bem como os símbolos nacionais e os valores populares:

No caso brasileiro, foi indiscutivelmente através do futebol, como já afirmei, que o povo pôde finalmente juntar os símbolos do Estado nacional: a bandeira, o hino e as cores nacionais, esses elementos que sempre foram propriedade de uma elite restrita e dos militares, aos seus valores mais profundos. (DaMatta, 2006: 165).

A leitura de DaMatta (2006) demanda problematização dado o contexto atual, em que a (extrema) direita brasileira se apropriou de símbolos nacionais, como a própria camisa da seleção, como forma de identificação (ver Guedes; Da Silva, 2019) (Figura 1). Toledo (2002) também problematiza a ideia de que o futebol, como símbolo nacional, produz igualdade ou reduz diferenças, sendo considerado pelo autor como um símbolo flutuante:

O futebol pode ser pensado como um *símbolo flutuante* justamente porque não produz este consenso, ao menos não na sua totalidade, mas pode ser vislumbrado como um fenômeno cultural no qual todos articulam, com uma boa dose de especulação, cientificismo, “magia” e emoção, suas teorias e doutrinas, e que, literalmente, investem nas suas falas e saberes determinados valores que, aí sim, talvez produzam identidades em alguns níveis (Toledo, 2002: 27).

Figura 1 – Jair Bolsonaro usando a camisa da Seleção Brasileira em manifestação política



Fonte: BBC, 2024. Disponível em: < <https://www.bbc.com/portuguese/articles/cv2l28yee1xo>>. Acesso em 21 maio 2025.

Depreendemos, portanto, que o futebol, como fenômeno sociocultural e como símbolo, é plural e dinâmico, podendo se constituir como um campo de disputa relacionado a dinâmicas que o transcendem como esporte. Além de ser manifestação de uma cultura, de uma sociedade, o futebol também cria um universo simbólico, que brota da prática cotidiana ao mesmo tempo em que rompe qualitativamente com esta própria prática cotidiana. Mesmo na pós-modernidade, em que a vida cotidiana se fundamenta na prevalência da *socialidade* sobre o *social* (Maffesoli, 2004), bem como nas representações sociais (Moscovici, 2003), o futebol se diferencia das demais expressões hedonistas de orgiasmo devido à permanência de seu universo simbólico e do caráter cíclico e oscilante (nas vitórias e derrotas, nos títulos e rebaixamentos) de seus momentos de presença. Lefebvre (2006) chama de momentos de presença as experiências plenamente vividas que se dão na vida cotidiana, mas que rompem com a alienação que a caracteriza a mesma. O futebol pode ser lido, portanto, como um catalizador do espaço diferencial, conceito presente em Lefebvre (2013) para denotar a emergência da instância do espaço vivido (caracterizado por momentos de presença) em relação aos espaços percebido e, sobretudo, concebido (de caráter racional e homogeneizante).

Esta perspectiva da criação de momentos de presença (Lefebvre, 2006) e de um hedonismo gregário (Maffesoli, 2005) pode encontrar reverberações nas formulações de Franco Júnior (2007: 167), que diz ser o futebol “fuga do real, representação imaginária, não realidade em si”. Entretanto ele é fuga do real à medida que cria novas espacialidades, temporalidades e socialidades, o que outras manifestações culturais, como teatro, cinema e literatura também fazem, mas de forma menos coletiva, e sem a mesma intensidade de adesão e envolvimento emocional (Franco Júnior, 2007). Apesar de não ser realidade em si – justamente por estar imerso em um contexto sociocultural mais amplo –, o futebol se torna uma das manifestações mais reais na pós-modernidade, uma vez que tem a capacidade de criar um sentimento trágico-dionisíaco, uma montagem mitológica, um imaginário e uma pulsão gregária que outras manifestações não conseguem – pelo menos não com tanta intensidade e frequência. Isto porque o futebol abarca tanto as modulações do social quanto da socialidade, de modo integrado: “o futebol tem a capacidade de unir muitas dimensões simbólicas na sua invejável multivocalidade, sendo a um só tempo, jogo e esporte, ritual e espetáculo, instrumento de disciplina de massas e evento prazeroso” (DaMatta, 2006: 139).

Foquemos em suas expressões de socialidade, ou seja, suas condições de jogo, de ritual e de evento prazeroso. Huizinga (2007: 21) aponta as características básicas do lúdico: “ordem, tensão, movimento, mudança, solenidade, ritmo, entusiasmo”. Entretanto, ao estabelecer uma vinculação quase exclusiva entre lúdico e prazer e, sobretudo, entre lúdico e ócio, Huizinga (2007) cria uma lacuna em sua teoria, pois ela deixa de cobrir o desporto profissional. Não concordamos com esta dicotomia estabelecida entre jogo (lúdico) e competição (esporte). Apesar de nem todo jogo ser esporte, todo esporte é jogo em sua essência. Assim, o futebol é jogo tanto em sua expressão mais profissional e espetacularizada quanto em sua manifestação mais amadora e bricolada, nos termos de Damo (2007). O que muda é a intensidade que a dimensão lúdica adquire em cada uma destas modulações. Se o esporte moderno – inclusive o futebol, apesar de modo sensivelmente diferente dos demais – procura se afastar do lúdico através da racionalização, do controle do rendimento (preparação física e mental, mensuração, comparação, busca de maior eficiência) e da institucionalização, o futebol amador, sobretudo na pós-modernidade, assume o lúdico como sua expressão mais acabada, o que já demonstramos em sua vinculação a festejos e mesmo a campeonatos competitivos, como o Peladão de Manaus (ver Autor, 2010).



Figura 2 – Jogo do Peladão Master do Peladão, no campo da CEAN, em Manaus



Fonte: Do autor, 2009.

Da mesma maneira a sociedade se baseia no esporte – no caso brasileiro, no futebol – para expressar seu ludismo, uma das características da pós-modernidade na perspectiva maffesoliana:

Assim, o jogo, no centro da atividade esportiva, cujo crescimento constitui um índice interessante, está igualmente onipresente na eflorescência e na diversificação dos jogos de sociedade, mas, por um artil bem compreensível, isso resulta no fato da própria sociedade se tornar jogo. (Maffesoli, 2005: 19).

Por outro lado, na pós-modernidade, o futebol profissional se consolida como negócio global, movimentando cifras bilionárias e crescentes<sup>3</sup> (ver Aida; Leoncini, 2002b; Andreff, 2006; Proni; Zaia, 2007; Kennedy; Kennedy, 2012; Mascarenhas,

<sup>3</sup> Segundo declaração do presidente da Fifa, Gianni Infantino, em 2022, o futebol movimenta 286 bilhões de dólares por ano, equivalente ao PIB da Finlândia (Valor Econômico, 2022). Só na janela de transferências de verão na Europa (1 de junho a 2 de setembro), movimentou-se 9,76 bilhões de dólares, um recorde (GE, 2025). O valor informado por Infantino supera importantes, como a de games, cinematográfica e fonográfica, além de suplantando outros esportes e ligas bilionárias, como Fórmula 1 e NBA.

2024), mas ele só consegue tal penetração econômica, tal êxito financeiro, tal globalidade justamente porque ele é jogo; porque ele é um ritual cujos simbolismos – apesar de poderem ser comercializados – não podem ser criados artificialmente, sem que haja uma construção coletiva, através da centralidade subterrânea<sup>4</sup>; porque envolve estruturas identitárias baseadas mais nas emoções e nos afetos do que em uma lógica econômica.

Como demonstrado por Wisnik (2008), a dimensão ritualística do futebol não é propriedade exclusiva da pós-modernidade, perpassando o futebol desde sua ancestralidade. Assim, a característica festiva presente em todas as formas de futebol, inclusive as mais racionalizadas, é indício de que o *ethos* arcaico nunca foi apagado do futebol, mesmo sendo este uma “invenção” moderna, com objetivos educacionais, civilizadores e de modelador de caráter (Elias, 1993a, 1993b). Se a pós-modernidade se caracteriza, conforme Maffesoli (2003, 2004), pelo retorno dos valores arcaicos com uma roupagem mais tecnológica, a dimensão ritualística do futebol já prenunciava o paradigma da socialidade e ganha hodiernamente uma intensidade e uma riqueza de manifestações ímpares. A comparação do futebol com festas arcaicas é realizada por Franco Júnior (2007: 246-247):

Não é uma festa qualquer. Festa arcaica, profundamente ritualizada, festa que envolve toda a sociedade, que cumpre o papel de exutório para suas disfunções internas e externas. Daí o clima de tensão que atinge todos os participantes de uma partida de futebol, sem que ela perca seu caráter festivo. Nada de contraditório nessa constatação, pois se trata de festa no sentido mais exato do termo. Isto é atividade cíclica e excepcional que interrompe de forma efêmera o ritmo da vida cotidiana, estabelece temporalidade quantitativamente restrita (uma noite de Natal, quatro dias de Carnaval etc.) e qualitativamente densa (nos exemplos anteriores, maior religiosidade e licenciosidade). Os códigos sociais e morais são reforçados ou quebrados na festa, quando se come, bebe, veste, fala e se estabelecem laços passionais diferentemente das situações comuns.

O futebol é, portanto, um importante palco de celebração, pois carrega forte carga erótica (Maffesoli, 2005). Ele é ritual trágico-dionisíaco, pois celebra o orgasmo, os excessos, o transe e a imprevisibilidade através de uma temporalidade cíclica, através de instantes eternos e momentos de presença. Sendo assim, ele se baseia em um hedonismo irreprimível e insaciável, que encontra conforto nas emoções vividas nos

---

<sup>4</sup> Organização horizontal e reticular, através da qual as tribos se relacionam em seu interior e com outras tribos, a partir da potência (Maffesoli, 2006), o que se observa, por exemplo, no interior das torcidas, organizadas ou não.

rituais e nas reuniões tribais. Esta busca pelo gozo não pode ser definitivamente satisfeita por gols, vitórias ou títulos, uma vez que o caráter cíclico do ritual futebolístico sempre exige a renovação dos desejos, fazendo com que uma enorme diversidade de emoções pulule em uma mesma partida, tanto no que se refere aos praticantes quanto aos espectadores e inclusive àqueles que a transmitem. Não podemos falar que na pós-modernidade as emoções estão mais presentes no futebol, porém é possível afirmar que elas passaram a ter maior intercambialidade com a vida cotidiana e com outras manifestações orgiásticas, tais como o consumismo, o erotismo, a religião e as artes (Maffesoli, 2005). Isto porque o futebol se apropria de alguns referenciais destas manifestações, os ressignificando através de representações sociais.

### **Tribalização e identidade no futebol pós-moderno**

Discutindo as especificidades culturais do futebol<sup>5</sup> em diferentes momentos históricos, Giulianotti (2002) propõe uma divisão do futebol em períodos: tradicional, moderno (subdividido em início da modernidade, modernidade intermediária e alta modernidade) e pós-moderno. Mais do que adotar esta periodização como referência, esta perspectiva nos ajuda a compreender de que formas as estruturas identitárias próprias do futebol tiveram sua dinâmica influenciada pelo contexto sociocultural mais geral e de que formas mantiveram suas peculiaridades.

O período tradicional, que se estende até o final da Primeira Guerra Mundial, se caracteriza pelo “estabelecimento das regras do jogo, sua difusão internacional e a formação de associações internacionais para administrar o esporte, sob a égide das elites dominantes” (Giulianotti, 2002: 212). Os valores do amadorismo perduravam em todo o mundo, inclusive nas *Home Nations*<sup>6</sup> que legalizaram o profissionalismo. Os estilos nacionais – ou seja, a terceira natureza (Toledo, 2002) – começam a ser forjados, mas ainda havia poucas oportunidades de realização de partidas e torneios internacionais, apesar da fundação da Fifa.

---

<sup>5</sup> O foco do autor é o futebol masculino profissional, apesar de no período tradicional o futebol se organizar a partir do amadorismo. Partimos dos pressupostos que há uma relação estreita entre o futebol amador e o profissional; que um é referência para o outro; que nenhum é capaz de determinar o outro; assim como há fortes e crescentes relações entre o futebol feminino e o futebol masculino.

<sup>6</sup> O termo se refere aos países britânicos, que perante a Fifa, ao contrário do que acontece perante ao Comitê Olímpico Internacional (COI), ao invés de serem representadas pela bandeira do Reino Unido, possuem seleções próprias: Inglaterra, Escócia, País de Gales e Irlanda do Norte.

O início da modernidade vai desde o final da Primeira Guerra Mundial até o final da Segunda. Nesta época, o futebol se consolida como o esporte nacional de vários países, através de sua difusão e de seu uso político pelos Estados, sobretudo a fim de produzir identidades nacionais e locais (ver Agostino, 2002). O esporte ganha força no cenário internacional, tendo sua primeira onda de globalização, com a volta da disputa a cada quadriênio da Copa do Mundo, que estava paralisada em decorrência da Segunda Guerra Mundial. Esta competição propicia a criação de símbolos e mitos nacionais, produzidos através do discurso da mídia. A modernidade intermediária dura até o princípio dos anos 1960, sendo caracterizada por não simbolizar um rompimento com o período anterior, mas uma continuidade na qual algumas características são exacerbadas. As Copas do Mundo ganham maior dimensão, sobretudo devido ao advento e à popularização da televisão, que passa a compartilhar com o rádio as transmissões esportivas. O futebol se expande além da Europa e da América Latina, atingindo a África e a Ásia. A alta modernidade, que vai até o final da Guerra Fria, se caracteriza pela mercantilização do futebol e pela incorporação do consumismo e da cultura jovem – sobretudo no que se refere a novas culturas torcedoras, como os *hooligans*, os *ultras*, os *barras brabas* e as torcidas organizadas<sup>7</sup>. O futebol começa a ser encarado como um negócio rentável (publicidade, patrocínios, *merchandising*), principalmente na Europa, e a Copa do Mundo se consolida como um grande evento esportivo, mas também começa a ter o seu lado econômico bastante explorado (Giulianotti, 2002).

O período pós-moderno, segundo Giulianotti (2002), que se inicia na década de 1990 e vai até os dias atuais, se caracteriza pela consolidação do futebol profissional como um grande negócio global. Graças a políticas da Fifa, o esporte se expande por países onde era pouco praticado, como alguns países asiáticos, africanos, da Oceania e

---

<sup>7</sup> Os *hooligans* são grupos de torcedores – sobretudo do Reino Unido – que se pautam em uma ética violenta, buscando aumentar seu status atacando grupos rivais. No meio dos *hooligans* a violência é apenas legítima se for realizada contra outros grupos de *hooligans* (Giulianotti, 2002). Os *ultras* são grupos de torcedores militantes do sul europeu. São grupos extremamente organizados, com estatuto e símbolos próprios (mas baseados naqueles dos clubes), e que na maioria dos casos possuem vínculos político-ideológicos com segmentos da sociedade (Giulianotti, 2002). Os *barras brabas* são “grupos organizados de torcedores militantes que se envolvem em uma série de atividades ilegais ligadas ao futebol” (Huddleston, 2022, p. 35), típicos de países da América do Sul, como Argentina e Uruguai. As torcidas organizadas, típicas do Brasil, que surge no período do regime militar, reivindicam a dominação ética e estética na forma do torcer, lançando mão de violência simbólica e, por vezes, física, sendo constituídos por jovens “predominantemente do sexo masculino, oriundos de classes populares” (Toledo, 2002: 230). Muitos destes agrupamentos de torcedores mantêm relações diretas com os clubes de futebol, que financiam suas torcidas organizadas.

os Estados Unidos. “O futebol entra definitivamente na moda” (Giulianotti, 2002: 215). Entretanto, o acesso ao futebol fica cada vez mais restrito à classe média, já que o preço dos ingressos se eleva e as transmissões das partidas pelos canais de televisão aberta passam a ser mais limitadas. A crescente mercantilização se expressa nos grandes eventos envolvendo seleções e clubes, como a Copa do Mundo e os torneios continentais. Jogadores e até treinadores se tornam celebridades globais, faturando milhões através de contratos com os clubes e empresas – fornecedoras de material esportivo e publicidade.

Apesar de fazer uma leitura da época pós-moderna do futebol profissional calcada em sua dimensão econômica – o que não se constitui como incoerência, já que o futebol se torna um negócio global – Giulianotti (2002) vê a pós-modernidade como redefinidora das estruturas identitárias. Em paralelo à crescente profissionalização daqueles envolvidos direta e indiretamente (exceto os torcedores) no futebol profissional observamos a emergência de uma lógica de identificação diferente do que se observava na modernidade. Partiremos das palavras de Giulianotti (2002: 10) para discutirmos as estruturas identitárias no futebol pós-moderno: “As identidades sociais e culturais tornam-se cada vez mais fluidas e ‘neotribais’ em suas tendências de lazer. O feminismo desafia o patriarcado, enquanto a identidade nacional torna-se mais fraca, devido à imigração e à diversidade étnica” (Giulianotti, 2002: 10). A partir deste trecho, identificamos duas questões que nos parecem mais relevantes ao discutir as estruturas identitárias futebolísticas: a tendência à tribalização e o deslocamento de escalas da identificação do nacional ao global e ao local – escalas cujas articulações se dão em perspectiva *glocal* (Haesbaert, 2002) – além de se tornarem “mais posicionais, mais políticas, mais plurais e diversas; menos fixas, unificadas ou trans-históricas” (Hall, 2005: 87).

A tribalização no futebol pós-moderno se expressa tanto na esfera amadora quanto na profissional. Enquanto aquela é fundamentalmente tribal, esta vem sendo penetrada por esta tendência. O futebol amador tem suas instituições – clubes, times de fim de semana, times de empresa, etc. – fundadas e mantidas pelo sentimento tribal nos termos de Maffesoli (2006), ou seja, por uma lógica do afeto, da proximia<sup>8</sup>, do convívio

---

<sup>8</sup> Caráter relacional do homem com seus semelhantes (Maffesoli, 2004). Esta trama comunitária necessita de uma base territorial, ou melhor, constituir territorialidades para abrigar a tribo, possibilitar e legitimar o estar-junto, como explicita Maffesoli (2004: 57): “Esse território, no caso, é causa e efeito da comunicação-comunhão”. Assim, podemos afirmar que a proximia tem caráter territorializante,

cotidiano. Estas tribos são constituídas pelos próprios praticantes e pessoas ligadas a eles por uma relação afetiva pessoal, sendo comum que a mesma pessoa assuma diferentes papéis (jogador, organizador do jogo, técnico, árbitro, etc.). Há casos também, como clubes de bairro, que disputam competições de federações, como é o caso do Iguaçu e do Trieste, que disputam a Liga Amadora (Suburbana) de Curitiba, que representam a comunidade de Santa Felicidade, bairro italiano desta cidade. Mesmo assim, apesar de abarcar aficionados que não têm necessariamente uma relação pessoal com os jogadores, equipe técnica ou dirigentes do clube, estas instituições encontram o seu fundamento de identificação no localismo (por representar um bairro específico) e na representação de uma comunidade (no caso, os imigrantes italianos e seus descendentes). Entretanto, nada impede que pessoas de outros bairros e de outras descendências que não a italiana simpatizem com estes clubes, mas toda sua construção simbólica se baseia na italianidade e na representação do bairro, como podemos observar no brasão do Trieste F. C. – que tem a bandeira da Itália (referência ao bairro de Santa Felicidade) sobreposta por uma araucária (remetendo ao Paraná) (Figura 3) – e na inscrição de um dos muros do estádio Egidio Ricardo Pietrobelli, da Sociedade Operária Beneficente Iguaçu: “Iguaçu, o mais querido de Santa Felicidade”.

.Figura 3 - Brasão do Trieste Futebol Clube



Fonte: Trieste FC. Disponível em: < <https://triestefc.com.br/>>. Acesso em 21 maio 2025.

Mesmo no futebol profissional, há uma forte tendência de tribalização, de formação de comunidades baseadas no afeto. Franco Júnior (2007) prefere o termo clã para designar esta tendência de agrupamento. Para este autor, as sociedades ocidentais –

---

sobretudo no que se refere às territorialidades locais, que são construídas nas relações diárias das tribos. Esta apropriação do espaço em escala local “adquiriu uma ressonância totêmica” (Massey, 2008: 24). Assim, a tribo, ao mesmo tempo em que se representa em suas territorialidades, é representada simbolicamente por estas. Tal como a territorialidade pressupõe uma apropriação, as tribos pressupõem territorialidades para existir como tal.

devido ao tecnicismo, à individualização e à abstração dos grupos (Estados nacionais, megalópoles, multinacionais) – promoveram um sentimento de isolamento entre as pessoas, que somente pode ser afastado por novos agrupamentos, pelo “estar junto afetivo”. O futebol possibilita esta reaproximação das pessoas, formando comunidades nas quais elas se auto-representam e se sentem parte, verdadeiramente, de um grupo, através de emoções compartilhadas. O futebol, para Franco Júnior (2007: 213), contribuiu para a preservação de uma lógica de agrupamento arcaica, que foi solapada pela modernidade – acompanhada pela industrialização, pela democracia e pelo conceito de cidadania.

O sucesso da democracia nas sociedades industriais trouxe inegáveis benefícios a amplos setores antes excluídos da tomada de decisões; contudo, provocou também a perda de identidades grupais que tinham sido essenciais nos séculos anteriores. A consciência de pertencer a determinada comunidade camponesa, ou família tradicional e poderosa, ou confraria, ou cidade, ficou esmagada pelo conceito de cidadania que homogeneiza todos os indivíduos. Novos recortes surgiram – partido político, condição econômica, seita religiosa etc. – mas tão maleáveis e mutáveis que não substituíram todas as funções sociais e psicológicas do velho sentimento grupal. O futebol inseriu-se exatamente nessa brecha aberta pela industrialização ao destruir os paradigmas anteriores.

Concordamos com o autor quanto à propriedade do futebol de conservar os valores arcaicos por mais mercantilizado que possa se encontrar. Isto porque a lógica de identificação do futebol é de fundamento afetual. Por mais que aponte para uma tendência de tentativa de transformação de torcedores em consumidores (Toledo, 2002; Aidar; Leoncini, 2002; Sebreli, 2005; Proni; Zaia, 2007; Kennedy; Kennedy, 2012), o futebol preserva aquilo que o torna um fenômeno sociocultural tão fascinante e presente na vida cotidiana das pessoas: sua dimensão afetiva. Esta pode ser apontada a como base do que Gil (2006) indica como a primeira das cinco alteridades do futebol: entre os iniciados e os não iniciados, já é possível considerar que ser iniciado no futebol não se resume a simplesmente estar exposto a seu universo simbólico, mas sim participar ativamente dele, o que só poderia ser feito a partir de uma relação afetiva com o esporte/fenômeno e, em geral, com um clube.

A partir da relação que o torcedor estabelece com o clube e mesmo com jogadores, Giulianiotti (2012) aponta quatro tipo-ideias de torcedor: fanático, seguidor, fã e flâneur. Segundo o autor (2012: 15), o fanático é considerado o “torcedor clássico”, que possui “investimento pessoal e emocional de longo prazo com o clube” mantém

relações subculturais e de *identidade fundamentada* com o clube e de topofilia com os espaços (como estádio), sendo um tipo de torcedor quente/tradicional. Os seguidores também são um tipo tradicional, mas frio, ou seja, não apresentam uma “jornada itinerante ao lado do clube”, mas uma “identificação através de uma forma de comunicação vicária, frequentemente através da mídia eletrônica fria”, constituindo *identidades aninhadas* e relações de trocas simbólicas através de espaços instrumentais (Giulianotti, 2012: 18). Já o fã é um torcedor quente e não tradicional, mas sim consumidor, já que “vivencia o clube, suas tradições, seus maiores jogadores e os outros torcedores através de um conjunto de relações baseadas no mercado”, ou seja, possui *identidade mercadológica* e relações não recíprocas mediadas por produtos (Giulianotti, 2012: 22). Finalmente, o flâneur, tipo frio e consumidor, “adquire uma identidade pós-moderna de torcedor através de um conjunto despersonalizado de relacionamentos virtuais orientados para o mercado”, sobretudo através da mídia, assim, suas relações são virtuais e são em espaços de simulação e não-lugares, formando uma *identidade cosmopolita* (Giulianotti, 2012: 25).

A leitura de Giulianotti (2012) nos permite questionar a padronização da identidade futebolística, além de indicar que, na pós-modernidade, ou no futebol globalizado, forjam-se novas formas de identidade, mediadas pelo consumo e pelos meios de comunicação e que podem ser mais fluídas do que a tradicional vinculação do torcer a um único clube por toda a vida. Tal vinculação faz parte do que Damo (2014) denomina clubismo<sup>9</sup>. Esta expressão da identidade torcedora do futebol profissional, não é abalado pela lógica econômica. Apesar de o torcedor passar a consumir mais produtos de seu clube (camisas, ingressos, programas televisivos, conteúdo em redes sociais) e se tornar, em muitos casos, sócio-torcedor – “requisito necessário para a transição da condição genérica do torcedor para o ‘consumidor esportivo’ (Toledo, 2002) –, sua fidelidade, seu sentimento de pertença e a sua paixão não podem ser vendidos nem comprados, sobretudo se considerarmos torcedores do tipo fanático e seguidor, nos termos de Giulianotti (2012). Mesmo fãs e, em menor medida, flâneurs

---

<sup>9</sup> “O clubismo é um sistema de representações estruturado, de forma que o indivíduo, ao tornar-se torcedor, é capturado por códigos que orientam seu comportamento e moldam sua sensibilidade. Não quero exagerar no peso coercitivo deste sistema, mas é fato que, do ponto de vista ideal, ele funciona a pleno quando as regras são respeitadas. Isto implica dizer que alguém tornado gremista deverá se opor, pelas regras de afinidade do sistema, primeiro e antes de tudo aos colorados. Na maior parte dos casos, o sistema opera tendo no ponto de partida uma diade – uma rivalidade arquetípica – mas não são raros os casos em que três e até quatro clubes podem compor a base das afinidades.” (DAMO, 2014: p. 39).



costumam manter certa fidelidade a um clube. Mesmo quando não o fazem, tendem a se relacionar com o universo simbólico do futebol através de um clube (este clube pode variar de temporada em temporada, devido a boas ou más fases, a jogadores ou mesmo por questões de outras ordens identitárias que transcendem o futebol). Além disso, na pós-modernidade, é possível observar que um mesmo sujeito assuma diversas identidades torcedores, sendo fanáticos por um clube e flâneurs de outro(s). Esse é o caso do torcedor *fanático* gremista colecionador das camisas de outros clubes – para os quais não necessariamente torce, mas, de certa forma acompanha e mantém relações de consumo com os mesmos (Figura 4)

Figura 4 – Torcedor fanático e flâneur



Fonte: Diário Gaúcho, 2016. Disponível em:  
<<https://diariogaucha.clicrbs.com.br/dia-a-dia/noticia/2016/02/coleccionador-de-camisas-de-futebol-tem-130-so-do-gremio-confira-as-fotos-4982514.html>>. Acesso em 21 maio 2025.

Apesar da identificação praticamente fixa<sup>10</sup> (não se pode trocar de clube durante toda a vida, sob pena de ser condenado socialmente e taxado de vira casaca<sup>11</sup>), o clubismo também, apesar de que de maneira diversa, assim como as manifestações do futebol amador, pode ser considerado como forma de tribalização. Ele apresenta os elementos que Franco Júnior (2007), a partir de uma leitura de Marcel Mauss, aponta como essenciais para o estabelecimento de um clã<sup>12</sup>: nome, brasão e totem. Apesar de concordarmos com a argumentação de Franco Júnior, discordamos com este autor quanto à sua restrição ao termo tribo e com os argumentos que ele apresenta.

Não é descabido, portanto, falar em tribo no futebol, porém não parece a melhor opção. Tribo é grupo étnico com certo caráter territorial, o que não se aplica ao futebol, cujos torcedores são de diferentes origens e estão espalhados por vários locais. Tribo é sociedade sem Estado, e o futebol moderno desenvolve-se obviamente nos quadros de Estados nacionais. Talvez seja preferível falar em clã. Deixando de lado o debate técnico sobre tal conceito, tomemos uma definição mínima: clã é um grupo que acredita descender de um ancestral comum, mais mítico que histórico, contudo vivo na memória coletiva. Ainda que todo clube de futebol tenha origem concreta mais ou menos bem documentada, com o tempo ela tende a ganhar ares de lenda, que prevalece no conhecimento do torcedor comum sobre os dados históricos. (Franco Júnior, 2007: 214-215).

Os argumentos que o autor utiliza para justificar a não adoção do termo “tribo” em sua análise são inconsistentes. Ater-nos-emos aos dois que nos parecem mais relevantes: o caráter territorial e não associação aos Estados nacionais. Conforme apresentamos previamente, a partir da ideia de proximidade (Maffesoli, 2006), de fato, as tribos possuem forte caráter territorial. Todavia, isto não significa que esta territorialização ocorra de maneira fixa, claramente delimitada e definitiva. É mais adequado falar, portanto, em territorialidades – entendidas, a partir da perspectiva integradora de Haesbaert (2004), como apropriação simbólica de determinado espaço

---

<sup>10</sup> A identificação é *praticamente* fixa, pois é socialmente desejável (e praticado), perante à comunidade clubística, que se mantenha uma fidelidade vitalícia a um clube, algo que é representado por diversos hinos, como o do Flamengo, América-RJ e Atlético-MG, por cânticos e faixas nos estádios. No entanto, esta fixidez, na prática, é relativa e suscetível a diversos fatores – que se potencializam na pós-modernidade – como mídia, influência de família e amigos, representatividade. Uma outra questão que rompe relativamente com a fidelidade clubística é o fenômeno do *segundo time*, algo muito comum em diversas cidades/regiões do Brasil, em que o sujeito torce para um clube de projeção local/regional, ou seja, mais restrita, e também para um clube de projeção nacional. Um exemplo foi constatado em nosso estudo em Chapecó e nos maiores municípios da Região Metropolitana de Chapecó, que apontou que mais de 50% dos 2324 participantes declararam torcer por dois clubes. Neste caso, para a Chapecoense e para um dos dois grandes clubes de Porto Alegre: Grêmio e Internacional (ver Gallego Campos, 2023b).

<sup>11</sup> Apelido pejorativo para torcedores que trocam de clube.

<sup>12</sup> Apesar de Franco Júnior (2007) refutar a ideia de tribo, estes elementos fazem parte da constituição de uma tribo, termo que utilizaremos ao invés de “clã”.

sem que haja necessidade de dominação prévia. Neste sentido, as tribos constroem suas próprias territorialidades através da apropriação simbólica de determinados elementos do universo do futebol, como nomes, brasões e totens, por exemplo. As territorialidades construídas possuem caráter reticular, sendo que o que une os torcedores de um clube não é necessariamente compartilhar do mesmo território físico, ou seja, morar na mesma cidade ou bairro, mas sim compartilhar simbolismos e afetos, um invisível transcendente (Maffesoli, 1998). O futebol tem esta capacidade de congregiar pessoas de diferentes localidades, mas sua agregação só é efetiva quando se constroem territorialidades – que podem ter, mas não necessitam de uma base física. Estas territorialidades são constituídas na própria vida cotidiana, conforme demonstra Maffesoli (1998: 158-159).

Contrariamente aos que continuam a analisar nossas sociedades em termos de individualismo e desencanto, já mostrei que o que parecia estar na ordem do dia remetia, em vez disso, para um tipo de tribalismo, tendo por contrapartida um verdadeiro reencantamento do mundo. A comunhão em torno de imagens, objetos, não está, nesse sentido, muito distante daquela que se exprimia, nas tribos tradicionais, em torno do totem, ou do herói epônimo. Tanto num quanto noutro caso, há alguma coisa que, a partir do que é visível, imanente, culmina no invisível, transcendente. Ocorre que nas sociedades pós-modernas essa força de união, essa “mana”, é cotidiana, se vive aqui e agora, e encontra sua expressão em uma espécie de transcendência imanente de coloração fortemente hedonista. Assim, não é mais o indivíduo isolado na fortaleza de sua razão que prevalece, mas sim o conjunto tribal que comunga em torno de um conjunto de imagens, que consome com voracidade.

O outro argumento de Franco Júnior (2007), o de que as tribos não se associam aos Estados nacionais, nos remete à segunda tendência da pós-modernidade apresentada por Giulianotti (2002): o deslocamento das identidades da escala nacional para a global e a local, argumento endossado por Maffesoli (2004, 2006) e Hall (2005). Muito já foi discutido acerca do uso do político do futebol como elemento fomentador de nacionalismos (Agostino, 2002; Sebreli, 2005; Gallego Campos, 2023a) e como criador e reinventor de uma suposta identidade nacional, como já discutimos em DaMatta (2006) e Toledo (2002) e pode ser encontrado em outras publicações (ver Helal; Gordon Jr., 2001; Soares, 2002; Negreiros, 2003; Antunes, 2004; Drumond, 2008; Guedes, 2014; Franco Júnior, 2017), mas é necessário reforçar sua capacidade de construtor de identidades globais e locais, bem como multiterritorialidades, na perspectiva de Haesbaert (2004), que articulam diferentes escalas. Um exemplo de multiterritorialidades relacionadas a processos identitários são as comemorações dos

gols de Shaqiri e Xhaka, pela Suíça, na Copa do Mundo 2018, contra a Sérvia (Figura 5). O gesto feito em ambas comemorações remetem à água de duas cabeças, símbolo da Albânia. Nenhum dos jogadores é nascido na Albânia, mas Xhaka é filho de kosovares, enquanto Shaqiri é nascido em Kosovo, país que declarou independência da Sérvia em 2008 e que possui maioria étnica albanesa. O gesto expressa o nacionalismo kosovar, mas também um globalismo albanês – independentemente do país representado: Suíça, Kosovo ou Albânia –, além de dinâmicas populacionais desterritorializantes – que levaram os jogadores e suas famílias a migrarem e serem acolhidos e reterritorializados na Suíça.

Figura 5 – Comemorações de gols na Copa do Mundo de 2018 que remete à águia albanesa



Fonte: Observatório da Discriminação Racial no Futebol. Disponível em: <<https://observatorioracialfutebol.com.br/wp-content/uploads/2018/06/shaqiri-e-xhaka-suica-albania-1.jpg>>. Acesso em 21 maio 2025.

O globalismo pode ser observado durante a própria Copa do Mundo quando, por um lado, o sentimento nacionalista pode ser avigorado e acentuado pelo reforço da divisão do mundo em Estados-nacionais (Poli, 2006), mas, por outro lado, há a reafirmação do caráter global do futebol, celebrando uma cultura mundial (Boniface, 2006). Este caráter global pode ser corroborado: pela grande audiência de jogos através das mídias mesmo em países que não estão envolvidos nos duelos ou mesmo que não participam daquela Copa do Mundo; pelos clubes globais (como Real Madrid, Barcelona, Manchester City, Liverpool, Bayern e PSG), cujo torcer transcende

fronteiras nacionais; e através da celebração do estar-junto tanto nas Copas do Mundo, através de *fan festivals* e outros momentos, quanto em comunidades reais ou virtuais criadas através do futebol (Autor, 2022).

A Copa do Mundo e outros eventos globais se tornam uma oportunidade de estabelecimento de multiterritorialidades – construídas através de diversas reterritorializações em forma de rede. Assim, forma-se uma gigantesca comunidade afetual dividida em tribos – as torcidas por uma ou outra equipe (país). A partir desta perspectiva, a socialidade ocorre de maneira a celebrar uma alteridade (baseada na potência) e uma oportunidade de comunhão passional, um orgasmo (Maffesoli, 2003, 2005, 2006). A própria globalização, no futebol, transcende sua dimensão econômica, fazendo parte de um sentimento de pertença a um grupo maior, formado pelas tribos (torcidas, praticantes, etc.). Isto porque ela propicia que as comunidades (clubes e seleções) se exponham e se reconheçam, através de torneios e de suas transmissões pelos meios de comunicação de massa (Franco Júnior, 2007). Algo parecido ocorre com o futebol amador, já que sua prática se remete a referências globais e tende a haver tanto uma identificação local proxêmica com a comunidade quanto global como praticantes do esporte e, portanto, parte deste universo simbólico.

O localismo no futebol não se manifesta desvinculado do globalismo. Pelo contrário, há uma grande integração entre estas duas escalas. No futebol profissional, o localismo tem sua expressão mais acabada nos clássicos ou dérbi – jogos entre equipes da mesma cidade/região que disputam a hegemonia local. Muitas vezes estes jogos superam em importância aos torcedores – sobretudo os fanáticos, que se relacionam presencial e localmente com o clube e com a torcida adversária – a própria competição em que estão inseridos. A rivalidade não é mais do que uma disputa por territorialidades, superação do oponente, que, por sua vez, também é parte essencial de seu adversário, a partir da perspectiva do clubismo (DAMO, 2014). Esta disputa pode ser observada em disputas pela hegemonia em cidades (que muitas vezes tornam-se disputas por hegemonias nacionais) – como Celtic x Rangers, em Glasgow; Coritiba x Athletico, em Curitiba; Boca Juniors x River Plate, em Buenos Aires; e Milan x Internazionale, em Milão –, em regiões – como Dortmund x Schalke 04, na região do Ruhr; e Liverpool x Manchester United, no nordeste da Inglaterra; Athletic Bilbao x



Real Sociedad<sup>13</sup>, no País Basco (Figura 6) – ou mesmo nacionais por clubes de cidades diferentes, mas que são carregados de localismos/regionalismos – como Barcelona x Real Madrid; e Olympique de Marseille x Paris Saint-Germain. No futebol amador o localismo se observa por disputas por territorialidades mais restritas, como bairros, empresas, ruas, campos, canchas, mas também podem se estender para a própria cidade, estado, região, etc, o que pode ser observado no Peladão de Manaus. Entretanto, isto não significa que as rivalidades do futebol amador sejam menores. Somente, em geral, são mais restritas geograficamente e ocupam menos espaço na mídia.

Figura 6 – Jogadores da Real Sociedad e do Athletic Bilbao entrando em campo com a bandeira do País Basco



Fonte: Athletic Bilbao, 2020. Disponível em: <  
<https://www.athletic-club.eus/noticias/2020/03/06/la-real-sociedad-el-16o-rival-en-una-final-de-copa>>.  
Acesso em 21 maio 2025.

Além da rivalidade, o localismo se manifesta através das relações promovidas no cotidiano. No futebol profissional, pode ser observado em conversas ou brincadeiras cotidianas sobre futebol, com amigos, no universo consensual (Moscovici, 2003). A aproximação de um clube de sua comunidade e como ele a representa também é uma

<sup>13</sup> O Clássico Basco é provavelmente uma das maiores rivalidades regionais, mas também pode ser visto como uma das maiores celebrações comunitárias/nacionalistas, já que ambos clubes partilham do ideal do independentismo basco. As equipes de San Sebastián e Bilbao disputam a hegemonia basca, mas, unidas, representam a oposição à centralidade de poder espanhola. Esta partilha simbólica é possível ser observada, por exemplo, com o repetido gesto de as equipes entrarem juntas em campo levando a bandeira basca, simbolizando que o que os une é mais forte do que os separa (Figura 6).

manifestação de identidade local. Um exemplo é a Chapecoense, que simbolicamente, uniu em torno de si uma cidade (e uma região), em que ser chapecoense passou a significar ser Chapecoense, em uma cidade com grande número de migrantes. No futebol amador, as identidades locais são mais recorrentes, no sentido em que suas práticas estão mais relacionadas a esta escala, uma vez que não costumam ser mediadas pelos meios de comunicação. Entretanto, apesar de poderem ser óbvias, tais identidades possui grande riqueza e complexidade, podendo articular identificação com times e com bairros, com instituições – de ensino, religiosas, etc. – ou determinadas pautas sociais – feminismo, direitos indígenas, antifascismo, entre outras.

### **Considerações finais**

Neste artigo, procuramos contribuir para a discussão do futebol como elemento sociocultural e identitário, no contexto da pós-modernidade. Buscamos, assim, ajudar a preencher lacunas na ainda incipiente, nos termos de Franco Júnior (2017), futebologia brasileira. Reconhecemos, entretanto, que não tratamos de todos os complexos aspectos relacionados à construção do futebol como fenômeno sociocultural e identitário nem conseguimos nos aprofundar em todas as questões. Por exemplo, faz-se necessário discutir outros aspectos da identidade futebolística torcedora, como: a crescente tendência de brasileiros torcerem (também) para clubes do exterior, sobretudo europeus; o já consolidado fenômeno de se torcer por dois ou até mais clubes em determinados locais, como demonstramos no caso da Região Metropolitana de Chapecó (Gallego Campos, 2023b); e da mediação da torcida através das mídias e também de jogos de videogame.

Por outro lado, buscando estabelecer diálogos de autores que pesquisam especificamente o futebol com autores que possuem formulações mais amplas sobre sociedade, identidade e espaço – tais como Maffesoli, Hall e Lefebvre –, acreditamos que apresentamos algumas ricas possibilidades de abordagens teóricas e temáticas do futebol no contexto da pós-modernidade – entendida como periodização do futebol (Giulianotti, 2002) e/ou como novo paradigma de rompimento com a modernidade (Maffesoli, 2006). Neste sentido, mais do que procurar consensos (sobretudo em relação ao entendimento sobre pós-modernidade), esperamos estimular novas discussões acerca de um futebol que está em constante processo de modificação, mas que preserva muito

de suas raízes simbólicas; e de uma sociedade que se transforma, transforma o futebol e, em certa medida, também é modificada pelo futebol.

Finalmente, podemos dizer que o futebol, tanto profissional quanto amador, é um elemento fundamental da cultura brasileira, global e local, produzindo dinâmicas socioespaciais e estruturas identitárias em diferentes escalas. Tais dinâmicas e estruturas – de base simbólica – produzem diversas (multi)territorialidades cujas riquezas precisam ser apreendidas pelas Ciências Humanas de forma a compreender não apenas as dinâmicas futebolísticas, mas também para entendermos dinâmicas socioculturais e identitárias mais amplas e, assim, nos conhecermos melhor como sociedade.

## Referências

AGOSTINO, Gilberto. *Vencer ou morrer: futebol, geopolítica e identidade nacional*. Rio de Janeiro: Faperj/Mauad, 2002.

AIDAR, Antônio Carlos Kfourir; LEONCINI, Marvio Pereira. Evolução do futebol e do futebol como negócio. In: AIDAR, Antônio Carlos Kfourir; LEONCINI, Marvio Pereira; OLIVEIRA, João José (Orgs.). *A nova gestão do futebol*. Rio de Janeiro: FGV, 2002

ALABARCES, Pablo. Introducción. In: ALABARCES, Pablo (Org.). *Peligro de gol: estudios sobre deporte y sociedade em América Latina*. Buenos Aires: CLACSO, 2000.

ANDREFF, Wladimir. Derechos televisivos desiguales y desequilibrio competitivo en Europa. In: *Vanguardia dossier: el poder del fútbol*. Barcelona: Vanguardia Ediciones, jul.-set., 2006.

ANTUNES, Fátima Martin Rodrigues Ferreira. “Com brasileiro não há quem possa”: futebol e identidade nacional em José Lins do Rego, Mário Filho e Nelson Rodrigues. São Paulo: Editora UNESP, 2004



BONIFACE, Pascal. *El fútbol, fenómeno global por excelencia*. Vanguardia dossier: el poder del fútbol. Barcelona: Vanguardia Ediciones, jul.-set., 2006.

DAMATTA, Roberto. *A bola corre mais que os homens: duas copas, treze crônicas e três ensaios sobre futebol*. Rio de Janeiro: Rocco, 2006.

DAMO, Arlei Sander. *Do dom à profissão: formação de futebolistas no Brasil e na França*. São Paulo: Aderaldo & Rothschild Ed., Anpocs, 2007.

DAMO, Arlei Sander. *O espetáculo das identidades e alteridades: as lutas pelo reconhecimento no espectro do clubismo brasileiro*. In: CAMPOS, Flávio de; ALFONSI, Daniela (Org.). *Futebol objeto das Ciências Humanas*. São Paulo: Leya, 2014. p. 22-55.

DRUMOND, Maurício. *Nações em jogo: esporte propaganda política em Vargas e Perón*. Rio de Janeiro: Apicuri, 2008.

ELIAS, Norbert. *O processo civilizador – volume 1: uma história dos costumes*. Rio de Janeiro: J. Zahar, 1993a.

ELIAS, Norbert. *O processo civilizador – volume 2: formação do estado e civilização*. Rio de Janeiro: J. Zahar, 1993b.

FIFA. *Fifa World Cup Qatar in numbers*. Disponível em: <<https://publications.fifa.com/en/annual-report-2022/tournaments-and-events/fifa-world-cup-qatar-2022/fifa-world-cup-qatar-2022-in-numbers/>>. Acesso em 21 maio 2025.

FIFA. *FIFA Women's World Cup Australia & New Zealand 2023 - Global Engagement & Audience Report (Executive summary)*. Disponível em: <<https://inside.fifa.com/tournament-organisation/audience-reports/australia-new-zealand-2023>>. Acesso em 21 maio 2025.

FRANCO JUNIOR, Hilário. *A dança dos deuses: futebol, sociedade, cultura*. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

FRANCO JUNIOR, Hilário. *Dando tratos à bola: ensaios sobre futebol*. São Paulo: Companhia das Letras, 2017.

GALLEGO CAMPOS, Fernando Rossetto. *Geopolítica e futebol: identidade, nacionalismo e comunitarismo na Copa do Mundo 2018*. Geosul, Florianópolis, v. 38, n. 86 –Dossiê de Geopolítica, p. 506-528, mai. 2023.

GALLEGO CAMPOS, Fernando Rossetto. *Identidade, futebol e territorialidades: uma análise a partir da Copa do Mundo 2018*. GeoTextos, Salvador, v. 18, n. 2, p. 153-176, dez. 2022..

GALLEGO CAMPOS, Fernando Rossetto. *Influência e metropolização futebolísticas na Região Metropolitana de Chapecó*. Acta Geográfica, Boa Vista, v.17, n. 43, p. 01-26, jan./abr. 2023

GALLEGO CAMPOS, Fernando Rossetto. *O conceito de espaço de representação do futebol como possibilidade para a apreensão do futebol profissional e amador como fenômenos da espacialidade*. Boletim de Geografia (Online), Maringá, v. 36, n. 2, p. 1-13, 2018.

GE. *Janela de transferências é a maior da história e movimentará R\$ 53 bilhões no futebol mundial*. Disponível em: <<https://ge.globo.com/futebol/futebol-internacional/noticia/2025/09/03/janela-de-transferencias-e-a-maior-da-historia-e-movimentar-r-53-bilhoes-no-futebol-mundial.ghml>>. Acesso em 05 nov. 2025.

GIL, G. J. “*Te sigo a todas partes*”. *Pasión y aguante en una hinchada de fútbol de un club del interior*. Intersecciones en Antropología, Buenos Aires, N. 7, 2006.

GIULIANOTTI, R. Fanáticos, seguidores, fãs e flanares: uma taxonomia de identidades de torcedor no futebol. *Recorde: Revista de História do Esporte*, Rio de Janeiro, v. 5, n. 1, jun. 2012.

GIULIANOTTI, Richard. *Sociologia do futebol: dimensões históricas e socioculturais do esporte das multidões*. São Paulo: Nova Alexandria, 2002.

GUEDES, Simoni Lahud; DA SILVA, Edilson Márcio Almeida. O segundo sequestro do verde e amarelo: futebol, política e símbolos nacionais. *Cuadernos de Aletheia*. n. 3, p. 73-89, 2019.

GUEDES, Simoni Lahud. A dádiva e os diálogos identitários através das copas do mundo no Brasil. In: CAMPOS, Flávio de; ALFONSI, Daniela (Org.). *Futebol objeto das Ciências Humanas*. São Paulo: Leya, 2014. p. 56-69.

HALL, Stuart. *Identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.

HAESBAERT, Rogério. *O mito da desterritorialização: do “fim dos territórios” à multiterritorialidade*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2004.

HELAL, Ronaldo; GORDON JR., Cesar. *Sociologia, história e romance na construção da identidade nacional através do futebol*. In: HELAL, Ronaldo; SOARES, Antonio Jorge; LUVISOLO, Hugo (Orgs.). *A invenção do país do futebol: mídia, raça e idolatria*. Rio de Janeiro: Mauad, 2001.

HUDELSTON, William. *Kicking off: violence, honour, identity and masculinity in Argentinian football chants*. *International Review for the Sociology of Sport*. V. 51, n. 1, p. 34-53, 2022.

HUIZINGA, Johan. *Homo ludens: o jogo como elemento da cultura*. São Paulo: Perspectiva, 2007.

KENNEDY, Peter; KENNEDY, David. Football supporters and the commercialisation of football: comparative responses across Europe. *Soccer & Society*, v.13, n. 3, p. 327-340, 2012.

LEFEBVRE, Henri. *Critique of everyday life – volume 1: introduction*. London: Verso, 2008.

LEFEBVRE, Henri. *La presencia y la ausencia: contribución a la teoría de las representaciones*. México: FCE, 2006.

LEFEBVRE, Henri. *La producción del espacio*. Madri: Capitán Swing, 2013.

MAFFESOLI, Michel. *Elogio da razão sensível*. Petrópolis: Vozes, 1998.

MAFFESOLI, Michel. *No fundo das aparências*. Petrópolis: Vozes, 2005.

MAFFESOLI, Michel. *Notas sobre a pós-modernidade: o lugar faz o elo*. Rio de Janeiro: Atlântica, 2004.

MAFFESOLI, Michel. *O instante eterno: o retorno do trágico nas sociedades pós-modernas*. São Paulo: Zouk, 2003.

MAFFESOLI, Michel. *O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2006.

MASCARENHAS, Fernando. Indústria do futebol e acumulação capitalista: um debate a partir da economia política da Premier League. *Movimento*, v. 30, 2024.

MASCARENHAS, Gilmar; BIENENSTEIN, Glauco; SÁNCHEZ, Fernanda. *O jogo continua: megaeventos esportivos e cidades*. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2011.

MASSEY, Doreen. *Pelo espaço: uma nova política da espacialidade*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2008.

MOSCOVICI, Serge. *Representações sociais: investigações em psicologia social*. Petrópolis: Vozes, 2003.

NEGREIROS, Plínio José Labriola de Campos. Futebol nos anos 1930 e 1940: construindo a identidade nacional. *História: questões & debates*, Curitiba: Ed. da UFPR, ano 20, n. 39, 121-151, jul./dez. 2003.

POLI, Raffaele. *Identidades nacionales y globalización*. In: Vanguardia dossier: el poder del fútbol. Barcelona: Vanguardia Ediciones, jul.-set., 2006.

PRONI, Marcelo Weishaupt; ZAIA, Felipe Henrique. *Gestão empresarial do futebol num mundo globalizado*. In: RIBEIRO, Luiz. Futebol e globalização. Jundiaí: Fontoura, 2007.

SEBRELI, Juan José. *La era del fútbol*. Buenos Aires: Debolsillo, 2005.

SOARES, Antonio Jorge. *Identidade nacional e racismo no futebol brasileiro*. In: PRONI, Marcelo Weishaupt; LUCENA, Ricardo de Figueiredo (Orgs.). Esporte: história e sociedade. Campinas: Autores Associados, 2002.

TAMBURRINI, Claudio M. *¿La mano de Dios?: una visión distinta del deporte*. Buenos Aires: Continente, 2001.

TOLEDO, Luiz Henrique de. *Lógicas no futebol*. São Paulo: Hucitec/Fapesp, 2002.

VALOR ECONÔMICO. *Futebol movimenta o equivalente ao PIB da Finlândia, diz presidente da Fifa*. Disponível em: <<https://valor.globo.com/mundo/noticia/2022/09/27/futebol-movimenta-o-equivalente-a-o-pib-da-finlandia-diz-presidente-da-fifa.ghml>>. Acesso em 05 nov. 2025.

WISNIK, José Miguel. *Veneno remédio: o futebol e o Brasil*. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.