

Fernando Rosseto Gallego Campos

Doutor em Geografia pela Universidade Federal do Paraná (UFPR), Professor do Instituto Federal de Santa Catarina (IFSC) - Câmpus Chapecó e do Programa de Pós-Graduação em Geografia da Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS) - Chapecó/Erechim
fgallego@gmail.com

Identidade, futebol e territorialidades: uma análise a partir da Copa do Mundo 2018

Resumo

Partindo do pressuposto de que a Copa do Mundo é uma das maiores expressões da sociedade do espetáculo e, portanto, vetor de construção e manifestações das mais diversas identidades, este artigo tem como objetivo discutir, a partir de acontecimentos ligados à Copa do Mundo 2018, como o futebol participa na construção de estruturas identitárias globais. Utilizando o arcabouço teórico, foram analisados alguns episódios e seus desdobramentos a partir de notícias. Percebe-se, no futebol, a crescente manifestação de globalismo, multiculturalismo e identidades híbridas e fluidas, mas estas ainda mantêm relação com identidades nacionais. Conclui-se que a Geografia pode e deve contribuir para a discussão desta temática, bem como de outras ligadas ao futebol como fenômeno espacial.

Palavras-chave: Geografia, Futebol, Copa do Mundo, Identidade, Globalismo.

Abstract

IDENTITY, FOOTBALL AND TERRITORIALITIES: AN ANALYSIS FROM THE WORLD CUP 2018

Based on the assumption that the World Cup is one of the greatest expressions of the society of spectacle and, therefore, vector of construction and manifestations of the most diverse identities, this article aims at discussing, from events related to the World Cup 2018, how football participates in the construction of global identity structures. Using the theoretical framework, some episodes and their unfoldings were analyzed from the news. The increasing manifestation of globalism, multiculturalism, and hybrid and fluid identities is perceived, but these still related

with national identities. It is concluded that Geography can and should contribute to the discussion of this theme, as well as others related to football as a spatial phenomenon.

Key-words: Geography, Football, World Cup, Identity, Globalism.

1. Introdução

A importância social, cultural e simbólica do futebol, sem citar obviamente a questão esportiva, não é recente. No entanto, é a partir da consolidação do processo de globalização que “o futebol entra definitivamente na moda” (GIULIANOTTI, 2002, p. 215), tornando-se um fenômeno global em todos os aspectos, com significativas mudanças, sobretudo nos campos econômico, administrativo e esportivo (principalmente no que se refere à cientificização da preparação física etc.). A definição deste período de globalização do futebol é controversa. No entanto, devido à sua essência de organização geográfica, de lógica territorial, o futebol já era um esporte global mesmo antes da globalização no sentido *lato* (CARVALHO, 2012). A maior expressão do caráter global do futebol são as copas do mundo, disputadas quadrienalmente desde 1930 (com interrupção na década de 1940 devido à Segunda Guerra Mundial) (BONIFACE, 2006; GUEDES, 2014).

Estes eventos, maiores expressões da sociedade do espetáculo (DEBORD, 2003; MASCARENHAS; BIENENSTEIN; SÁNCHEZ, 2011), se tornam uma oportunidade de estabelecimento de (multi)territorialidades – na perspectiva de Haesbaert (2004), construídas através de diversas reterritorializações em forma de rede – mas também podem contribuir para a manifestação de nacionalismos e comunitarismos aflorados ou latentes. Devido à reunião de várias seleções nacionais – que têm capacidade de assumir a própria representação dos respectivos países (FRANCO JÚNIOR, 2017) – e ao grande apelo esportivo e midiático (CURI, 2013), a Copa do Mundo acaba amplificando questões identitárias já presentes (de modo explícito ou latente) e as elevando à condição de espetáculo (MASCARENHAS; BIENENSTEIN; SÁNCHEZ, 2011).

Diversos autores apontam a Copa do Mundo como palco de (re) afirmação da divisão entre Estados-nacionais (POLI, 2006) e de identidades

nacionais, bem como manifestações nacionalistas. Por outro lado, Boniface (2006) defende a ideia de que as identidades nacionais, em época de Copa do Mundo, se limitam apenas ao campo discursivo, sendo que, na prática, o que ocorre é um reforço do caráter global do futebol, celebrando uma cultura mundial. Entre estas interpretações, há uma série de nuances e matizes entre identidades globais, nacionais e locais que se manifestam através do futebol, mais especificamente em épocas de Copa do Mundo.

Neste contexto, o objetivo deste artigo é o de discutir, a partir de acontecimentos ligados à Copa do Mundo 2018, como o futebol participa na construção de estruturas identitárias globais. Partimos do pressuposto de que, na atualidade, as estruturas identitárias podem se dar em ordem multiescalar (HAESBAERT, 2004), ter caráter híbrido (HALL, 2005; 2008), tribal e afetual (MAFFESOLI, 2006), bem como se manifestar de forma fluida, própria da modernidade líquida, além de ter a capacidade de conservar características da modernidade sólida, com identidades fixas (BAUMAN, 2016), que encontram sobretudo no nacionalismo e no comunitarismo sua estratégia de perpetuação. Portanto, optar por enfatizar as identidades em escala global não negligencia a articulação escalar inerente às identidades e multiterritorialidades do mundo atual.

Escolhemos este evento esportivo por ser o mais recente e não necessariamente por ter sido aquele que pudesse fornecer mais material para discussões identitárias, uma vez que partimos do pressuposto de que as questões ligadas a identidades (em diversas escalas) se manifestam significativamente em qualquer Copa do Mundo. Mesmo assim, reconhecemos que a Copa do Mundo de 2018 fornece um material bastante rico para suscitar reflexões acerca das estruturas identitárias e suas manifestações espaciais.

Metodologicamente, optamos por trabalhar com análise documental, sendo o *corpus* da pesquisa notícias veiculadas em sites jornalísticos (especializados em cobertura esportiva ou veículos de comunicação mais amplos), durante o período da Copa do Mundo de 2018. A escolha do material que foi analisado se deu a partir da relevância das informações e da conexão do conteúdo das notícias com a temática discutida nesta pesquisa. Os conteúdos destas notícias foram analisados e confrontados com o arcabouço teórico selecionado. A seleção de autores e obras buscou

contemplar uma vasta gama de perspectivas – ora convergentes ora parcialmente divergentes – acerca de questões identitárias e suas relações com a espacialidade, além de abranger discussões sobre o futebol consagradas dentro das Ciências Humanas.

O texto se estrutura em introdução, desenvolvimento e considerações finais. O desenvolvimento está dividido em duas partes. Na primeira, é realizada uma discussão acerca de estruturações identitárias com a finalidade de embasar a discussão realizada na segunda parte. Esta, por sua vez, está subdividida em uma introdução sobre globalismo, no contexto das relações entre estruturações identitárias e espacialidade, e as discussões, que estão organizadas em três tópicos: *Futebol como fenômeno midiático e de audiência globais*; *Clubes e times globais e seleções nacionais*; e *O estar junto na Copa do Mundo*.

2. Estruturações identitárias

A desconstrução do sujeito moderno, propulsor do sistema social da modernidade, coloca em xeque a lógica da identidade moderna (HALL, 2005). Esta última, na pós-modernidade, vem sendo suplantada, segundo Maffesoli (2005), pela lógica da identificação, de base fundamentalmente grupal e afetual. As origens do indivíduo moderno remontam aos movimentos de racionalização do mundo e ao antropocentrismo, ligados ao Renascimento, ao Iluminismo e ao pensamento cartesiano. O sujeito uno encontrava sua estabilidade em uma identidade estável, que tinha como atribuição fixar o sujeito à estrutura, preencher a lacuna entre o “interior” e o “exterior” (HALL, 2005). Esta ancoragem estável e a ideia de uma identidade coerente, unificada e segura começam a ser abaladas a partir da metade do século passado, quando o sujeito cartesiano sofreu um processo de descentramento (HALL, 2005), que vem acompanhado por uma retomada dos valores arcaicos, que promovem o declínio do individualismo em nome do retorno da organização tribal (MAFFESOLI, 2006). A identidade, na pós-modernidade, perde sua atribuição de fixar o sujeito à estrutura (HALL, 2005). Este, assim, passa a assumir uma diversidade de identidades em diferentes situações e momentos de sua vida. Desta

forma, tomando a identidade como atributo principalmente sociocultural, não cabe mais falar nem de uma cultura nem de uma organização social fixa, mas de várias mutáveis. A questão não é mais o que o sujeito é, mas o que ele pode ser, os papéis que assume ou pode assumir, bem como dos grupos ou comunidades de que faz parte. Neste contexto, Bauman (2016) explica que a identidade deixa de ser um dado e passa a ser um projeto.

O paradigma moderno do *social* – individualista, racional e baseado no poder das organizações econômico-políticas – vem sendo substituído pelo paradigma da *sociabilidade*, baseado em um *ethos* comunitário, no qual o indivíduo 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, p. 118). Portanto, a constituição das massas é, fundamentalmente, baseada na afetualidade e no *ethos* comunitário, já que elas congregam pessoas que se identificam com determinado universo simbólico, como é o caso do futebol. Assim, as massas não pressupõem nem uma homogeneização da sociedade nem a transformação desta em grupos que recebem passivamente mensagens e informações dos meios de comunicação. Ao contrário, as massas são constante e cotidianamente clivadas em tribos, que têm uma base afetual, além de um caráter dinâmico e fundamentalmente simbólico (MAFFESOLI, 2006).

A leitura *maffesoliana* sobre as mudanças na sociedade e nos processos de estruturas identitárias difere em alguns pontos da perspectiva de Bauman (2005; 2016), mas as duas visões possuem alguns pontos de convergência. As diferenças e semelhanças podem ajudar a enriquecer a análise de questões identitárias ligadas ao futebol e, mais especificamente, à Copa do Mundo.

Assim como Maffesoli, Bauman (2016) identifica uma profunda mudança na sociedade que marca o sepultamento da ordem moderna tradicional ou modernidade sólida, caracterizada pela rigidez, por grandes projetos históricos e por instituições estruturantes (Estado, família, classe). Tal ordem dá espaço a uma nova forma de organização, a modernidade líquida, marcada, entre outras características, pela instantaneidade, pela individualidade e pela fluidez das relações. O sistema e o público perdem força para o privado e para a sociedade, a política se enfraquece, sendo

substituída pelas políticas da vida, e o poder se desloca para as micro relações (BAUMAN, 2016).

Estas mudanças, aliadas com aquelas apontadas por Hall (2005), provocam profundas alterações nas concepções de indivíduo (a individualidade é ponto central na teoria de Bauman, ao contrário de Maffesoli) e de identidade. Assim como Maffesoli, Bauman aponta para o fim de identidades fixas – apesar de sinalizar para reminiscências de identidades modernas, como o nacionalismo – atribuindo à identidade o status de uma tarefa individual e não mais de um dado (BAUMAN, 2016). Fazendo uso de sua metáfora da perda da solidez na atual fase da modernidade, para o autor, “a busca da identidade é a busca incessante de deter ou tornar mais lento o fluxo, de solidificar o fluido, de dar forma ao disforme” (BAUMAN, 2016, p. 106). No entanto, esta busca pela identidade se dá de forma intercambiante e pouco duradoura, sendo que “as identidades parecem fixas e sólidas apenas quando vistas de relance, de fora” (BAUMAN, 2016, p. 107). O consumo passa a ser um rito de celebração da individualidade, mas também um dos principais construtores das identidades (BAUMAN, 2016).

Tanto para Bauman (2016) quanto para Maffesoli (2006), as mudanças ocorridas propiciaram novas formas de agregação, muito mais fluidas e dinâmicas do que aquelas exigidas pelas instituições (da modernidade sólida ou do paradigma *social*). Desta forma, as identidades deixam de ser para uma vida e passam a ser instantâneas. Em ambas as concepções, a questão do espaço e/ou do território ganha grande relevância. Se Bauman (2016) constata a extraterritorialidade, sobretudo dos fluxos econômicos e de uma elite global, e que a fixação ao território passa a ser um problema (justamente por limitar estes fluxos), Maffesoli (2005) propala a prevalência do espaço em relação ao tempo (história) para a circulação de emoções, afetos e símbolos e, conseqüentemente, para o processo de identificação na pós-modernidade.

Percebe-se que, para ambos, o processo de (des)territorialização desempenha papel central. A territorialização pode ser compreendida pela transformação da terra em território (DELEUZE; GUATTARI, 1992), ou seja, pela apropriação simbólica de uma determinada porção do espaço (que pode ou não vir acompanhada de domínio físico). A desterritorialização,

quando esta porção do espaço perde seu atributo simbólico, vem sempre acompanhada de uma reterritorialização, geralmente em outra escala (HAESBAERT, 2004). As novas geometrias de organização espacial e social, na pós-modernidade (ou na modernidade líquida), trazem consigo multiplicidades e flexibilizações territoriais. Há uma intensificação no processo de multiterritorialização: constantes e múltiplas reterritorializações (precedidas por desterritorializações, seu par dialético). Sob o ponto de vista cultural, a desterritorialização está relacionada com “a desvinculação cultural de espaços-específicos e a mescla de identidades ou o hibridismo como norma cultural dominante” (HAESBAERT, 2004, p. 221). Desta maneira, o processo de multiterritorialização – típico da pós-modernidade – redefine as territorialidades destas estruturas identitárias, deslocando sua escala de nacional à global e à local.

No entanto, por mais que este fenômeno ocorra no futebol, através do clubismo (DAMO, 2014) e da própria transfiguração da Copa do Mundo em uma celebração em que “o público e os jogadores vivenciam as partidas entre seleções como feriados nacionais: mais do que sentimento patriótico, elas são uma quebra de rotina, uma festa” (FRANCO JÚNIOR, 2017, p. 143), não é possível negligenciar nem descartar o nacionalismo na construção desta lógica multiterritorial. Se, por um lado, há uma lógica trágico-dionisíaca (MAFFESOLI, 2006) nos jogos da seleção nacional (independentemente do país), a formação de *cloakroom communities* (BAUMAN, 2016), de caráter efêmero e ligadas a eventos específicos, podem, em meio da homogeneidade que se dá *a priori*, fazer emergir valores ou símbolos nacionalistas.

As mais diferentes manifestações do torcedor, dos jogadores e demais atores ocorrem em uma instância da espacialidade em que a experiência do futebol é plena: o espaço de representação do futebol (GALLEGO CAMPOS, 2018). Este faz parte dos espaços de representação (espaço vivido), que compõem a tríade da espacialidade *lefebvriana*, juntamente com as práticas espaciais (espaço percebido) e as representações do espaço (espaço concebido) (LEFEBVRE, 1991). Portanto, está em constante interação com as demais dimensões da espacialidade, assim como se insere na dialética da existência, composta por espacialidade, socialidade e historicidade (SOJA, 1996).

3. Globalismo

A modernidade líquida se constitui a partir da intensificação dos fluxos globais, sobretudo de capitais (por mais que ainda encontrem algumas limitações territoriais) (BAUMAN, 2016). Tal dimensão econômica também influencia o processo de identificação, através do consumo, pois os produtos passam a ser cada vez mais globais. Por outro lado, os fluxos populacionais – apesar de sua intensidade crescente – encontram severas limitações ou se dão de maneira forçada, potencializando os processos de des-re-multiterritorialização (HAESBAERT, 2004; HALL, 2008; MASSEY, 2008). Portanto, a globalização não pode ser entendida como uma integração ilimitada, mas sim como uma nova geometria do poder (MASSEY, 2008), na qual o processo de identificação se dá presencialmente, mas também mediado por meios de comunicação e no ciberespaço. É neste sentido que a Copa do Mundo tem sua globalidade demonstrada não apenas pela participação de “praticamente todas as nações do mundo”, mas também por sua capacidade simbólica de promover “fantásticos rituais periódicos, sem parâmetro de comparação com nenhum outro fenômeno social” (MASCARENHAS; BIENENSTEIN; SÁNCHEZ, 2011, p. 17).

Para Hall (2005, p. 87), a globalização “tem um efeito pluralizante sobre as identidades, produzindo uma variedade de possibilidades e novas posições de identificação, e tornando as identidades mais posicionais, mais políticas, mais plurais e diversas; menos fixas, unificadas ou trans-históricas”. Desta forma, cresce a importância da identificação nas escalas local e global, cuja interação não se dá de modo vertical, ou seja, o local não é determinado pelo global. Pelo contrário, o próprio global pode ser construído no local (MASSEY, 2008). Isto ocorre porque, mesmo com o advento das novas tecnologias que facilitam as interações à distância, é no aqui e agora, no contato direto, na dimensão tátil que as relações gregárias se dão de forma mais efetiva (MAFFESOLI, 2005). Entretanto, não podemos ignorar a capacidade de geração de referências globais, sobretudo pelos meios de comunicação de massa. Tais referências mobilizam pessoas de diferentes lugares, formando uma grande massa conectada por elas. Todavia, são nas interações proxêmicas que estas vão se materializar em tribos (MAFFESOLI, 2006), em territorialidades locais.

Na perspectiva *maffesoliana*, a Copa do Mundo se transfigurou de uma exortação do orgulho nacional e da reafirmação dos Estados nacionais para uma celebração do globalismo tribal. Em outras palavras, as seleções nacionais (cujo conceito foi construído na modernidade) deixam de ser estandartes do paradigma *social* – ou seja, do projeto institucional que passa necessariamente pelo estabelecimento e fortalecimento dos Estados nacionais – para serem um símbolo da congregação do mundo todo (por mais que apenas 32 seleções disputem a Copa). Esta visão encontra consonância na crescente globalização do futebol, cujas algumas das manifestações iremos analisar a seguir.

4. Futebol como fenômeno midiático e de audiência globais

A ideia do futebol como fenômeno midiático e de audiências globais pode ser comprovada através de dois países que não participaram da Copa do Mundo de 2018: Estados Unidos e China. Enquanto os estadunidenses foram os estrangeiros que mais compraram ingressos para assistir os jogos da Copa nos estádios, a China liderou a audiência televisiva global do mundial.

Os estadunidenses compraram cerca de 100 mil ingressos, mais que o dobro dos chineses (8º colocados) e quase o triplo dos ingleses (11º), que chegaram às semifinais da Copa (FIFA, 2018c). Entre os dez maiores compradores, havia cinco países latino-americanos (Brasil, Colômbia, México, Argentina e Peru), a Austrália e a Alemanha (3º país que mais comprou e, com exceção à Rússia, o único europeu na lista), apesar de, mesmo favorita, ter sido eliminada ainda na primeira fase.

Estadunidenses e chineses não foram acompanhar suas seleções. Não foram manifestar ideais nacionalistas. Foram assistir a jogos, vivenciar a experiência da Copa do Mundo, partilhar *instantes eternos*, vivenciar a pulsão gregária (MAFFESOLI, 2004). Certamente, o poder aquisitivo e a atratividade turística da Rússia são fatores que influenciaram no deslocamento, além da forte presença do capital americano e chinês na região. No entanto, mesmo com a menor distância, a procura de ingressos por europeus foi relativamente baixa. A forte presença de estadunidenses em

estádios russos pode ser explicada pela “pós-modernização de Estados-nação”, como o caso dos EUA, em que o futebol pode permitir a congregação de “muitos sentidos de identidade nacional conflitantes” (já que o futebol não é o esporte mais praticado nem assistido nos EUA) e a integração com comunidades que podem “se estender a muitos outros territórios geopolíticos” (GIULIANOTTI, 2002, p. 59).

Mesmo que os números de torcedores que acompanharam jogos nos estádios sejam relevantes – pouco mais de 3 milhões (FIFA, 2018c) – a quantidade de pessoas que assistiram aos jogos de outras formas é consideravelmente maior. Segundo a Fifa (2018a), 7,7 milhões de pessoas assistiram aos jogos em *fan fests* (*novos territórios futebolísticos*, em que torcedores de diversos países se reúnem em cidades do país-sede para assistir a jogos em telões e, ainda, festejar com música e outras atrações), sendo o jogo com maior audiência Rússia e Uruguai, com 499 mil torcedores em 11 diferentes sedes. As *fan fests* foram criadas para suprir uma demanda de torcedores que não conseguem ingresso, mas querem vivenciar a atmosfera de um jogo de Copa do Mundo (CURI, 2013). As *fan fests* são territorialidades efêmeras, de caráter proxêmico, o que Maffesoli (2004, p. 54) chamou de altares, espaços de celebração de “cultos de forte componente estético-ético”.

Muito maior do que o número de pessoas que assistiram aos jogos nos estádios ou em *fan fests* oficiais é o número estimado de pessoas que acompanharam as partidas pela televisão. A Fifa estima uma audiência de 3,572 bilhões de espectadores, sendo 3,262 pela televisão e o restante de outras diversas formas (*fan fests*, celular, computador etc.) (FIFA, 2018b). Este número representa mais da metade da população mundial com mais de 4 anos de idade, demonstrando a abrangência da Copa do Mundo como evento global e seu papel identitário na sociedade do espetáculo, já que “o espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas midiaticizada por imagens” (DEBORD, 2003, p. 14).

Globalmente, os jogos mais assistidos foram a final entre França e Croácia (516,6 milhões) e as semifinais (Croácia x Inglaterra, com 327,5 milhões, e França x Bélgica 314,6 milhões). Os dez jogos mais assistidos envolveram apenas 12 seleções: França, Croácia, Bélgica, Inglaterra, Espanha, Rússia, Argentina, Alemanha, México, Brasil, Uruguai e Suécia (FIFA, 2018b).

Em cada um dos países participantes, as maiores audiências foram dos jogos de suas seleções, mas também se registram audiências consideráveis em jogos de outras seleções, bem como grandes audiências em países que não participaram da Copa do Mundo 2018. Por exemplo, no Uruguai, na Colômbia, no Peru e na Costa Rica, a audiência da final da Copa (França x Croácia) se aproximou bastante dos índices registrados em jogos de suas respectivas seleções nacionais (KANTAR, 2018). O Chile (que não participou) registrou altas audiências em todas as fases da Copa e o Equador, um grande índice na final. Outro destaque é o Panamá, com alta audiência em todas as partidas transmitidas no país, mas sobretudo nos três jogos da seleção nacional (maior média de audiência proporcional entre os países americanos citados). Entretanto, as audiências mais impressionantes são as chinesas, o que se explica parcialmente pelo tamanho demográfico, mas também pelo crescente interesse chinês no futebol – seja em campeonatos de seleções seja em campeonatos de clubes.

Os estudos de Curi (2013) já mostravam que os chineses lideravam a audiência absoluta na Copa do Mundo de 2010. Este cenário se manteve na Copa do Mundo 2018, com 655,7 milhões de espectadores chineses, o que representa 18,4% do total global (FIFA, 2018b). A plataforma chinesa CNTV registrou 6,5 bilhões de visualizações (transmissão ao vivo e vídeo sob demanda), sete vezes mais do que em 2014 (FIFA, 2018b). Das 20 maiores audiências da primeira fase da Copa do Mundo, 14 foram registradas na China. O jogo com maior audiência foi Argentina x Islândia (cerca de 45 milhões de telespectadores), seguido por Brasil x Costa Rica. O dia (respectivamente sábado e sexta), o horário (21h e 20h no horário chinês), mas sobretudo a presença de estrelas globais (como Messi e Neymar) impulsionaram a audiência a níveis bem mais altos do que a recorde na televisão chinesa em 2017, de cerca de 31 milhões de telespectadores no jogo decisivo das Eliminatórias Asiáticas para a Copa do Mundo 2018, entre China e Irã. Percebe-se, portanto, que o apelo do espetáculo (da Copa como evento, de estrelas globais e do alto nível de competição) é maior do que o apelo da seleção nacional, transformando torcedores em (tele)espectadores (SOARES; BACH; OLIVEIRA; MELO, 2007).

A Fifa, por seu lado, procurando maximizar seus lucros no mercado global (sobretudo no enorme e emergente mercado chinês), tem buscado

adequar os horários dos jogos ao público asiático, às vezes, em detrimento de mercados mais consolidados (como o americano e o europeu) e mesmo de horários mais recomendados para a realização de jogos de futebol. Por exemplo, o jogo França x Austrália foi disputado às 13h do horário local (de Kazan) para poder ser transmitido entre 18h e 20h no mercado Ásia-Pacífico, enquanto os franceses assistiram à partida ao meio-dia. Outro exemplo foi a final, disputada às 18h do horário de Moscou e às 17h de Paris, fora do horário nobre entre as 20h e as 21h (horário em que começaram todas as finais de Copa disputadas na Europa desde 1982 e próximo do horário das finais das Copas disputadas no continente americano desde 1978). A final foi exibida às 23h na China. Tal tendência visa também a agradar os patrocinadores chineses da Fifa, corroborando a perspectiva do futebol como produto da sociedade de consumo, na qual a televisão e os contratos de patrocínio alteraram sensivelmente as finanças do setor (FRANCO JÚNIOR, 2007).

5. Clubes e times globais e seleções nacionais

Acompanhando a tendência da globalização e da consolidação do futebol como produto da mídia global, os fluxos de capitais e trabalho (ambos representados por jogadores) se tornaram mais intensos. Mudanças legais, como a Lei Bosman – que permite que jogadores com passaporte europeu não sejam considerados estrangeiros em clubes da Uefa – ajudaram a consolidar a globalização do futebol (GIULIANOTTI, 2002; FRANCO JÚNIOR, 2007), a extraterritorialidade do capital e o nomadismo da elite financeira (donos de clubes, empresários, patrocinadores etc.) (BAUMAN, 2016).

Esta, praticamente, livre circulação de jogadores no mercado global do futebol pode ser observada por alguns dados da Copa do Mundo 2018. Dos 736 jogadores inscritos no torneio, apenas 208 atuavam em seus países de origem. Dentre estes se destacam a Inglaterra (único país em que todos os 23 jogadores atuavam na liga doméstica), a Rússia (21 jogadores), a Arábia Saudita (20), a Espanha (17) e a Alemanha (15) (ESPN, 2018). Inglaterra, Espanha e Alemanha são três das cinco ligas mais ricas e com melhores resultados esportivos da Europa, hoje o centro do futebol globalizado

(considerando clubes e seleções). Nestas três ligas, atuavam 278 jogadores inscritos na Copa (37,77%). A quarta liga com maior número de jogadores inscritos para a Copa foi a italiana, mesmo com a Itália fora da Copa. Mais da metade dos jogadores inscritos atuavam nas cinco maiores ligas europeias (385 jogadores ou 52,31%) e mais de dois terços disputavam as dez maiores ligas da Europa (493 ou 66,98%) (ESPN, 2018). No entanto, outras ligas nacionais também chamam atenção, como as da Arábia Saudita (30 atletas), México (22) e EUA (19) (ESPN, 2018). O número da liga saudita é impulsionado por jogadores da seleção nacional, mas havia, ainda, 9 jogadores estrangeiros que atuavam na liga saudita, que possui grande poder de investimento. O caso é parecido com o da liga mexicana, que reunia 14 jogadores de outras nacionalidades, de países latino-americanos. Já a liga estadunidense, um polo emergente do futebol e com grande capacidade de investimento, estava representada por 19 jogadores, mesmo com a seleção dos EUA fora da Copa.

As ligas de Brasil e Argentina, seleções consideradas favoritas ao título, foram representadas por apenas 9 jogadores cada, sendo que, em ambos os casos, 6 eram estrangeiros. Este dado demonstra a consolidação do papel de exportador de países sul-americanos (os casos de Uruguai, Colômbia e Peru são bastante parecidos) no mercado global do futebol (ESPN, 2018). O fato de os principais jogadores destas seleções não atuarem nas ligas nacionais é um fator de enfraquecimento da identificação dos torcedores com suas respectivas seleções (FRANCO JÚNIOR, 2017).

Por outro lado, o globalismo do futebol é reforçado por clubes (europeus), que, por formarem grandes times, com os principais jogadores do mundo, transcendem as fronteiras nacionais e, inclusive, europeias. Estes clubes são globais tanto no sentido econômico/imagético (conseguem entrar nos diferentes mercados e são reconhecidos em diferentes países como referências), quanto no sentido esportivo (reúnem jogadores de diversos países, sendo a maioria de presença constante nas seleções nacionais). É o caso do Manchester City (Inglaterra), que tinha 16 jogadores inscritos na Copa, em 8 das principais seleções (4 no Brasil, 4 na Inglaterra, 2 na Argentina, 2 na Bélgica, 1 na Espanha, 1 na Alemanha, 1 em Portugal e 1 na França) (LANCE, 2018). Real Madrid, Barcelona (Espanha), PSG (França), Tottenham, Chelsea, Manchester United (Inglaterra), Bayern

(Alemanha) e Juventus (Itália) tinham 11 ou mais jogadores inscritos na Copa do Mundo 2018 (LANCE, 2018). Clubes globais tendem a gerar aumento no interesse de torcedores (globais) em jogos de diferentes seleções (GIULIANOTTI, 2002; SOARES; BACH; OLIVEIRA; MELO, 2007).

Esta dispersão de jogadores de uma mesma seleção por diferentes ligas tem a seleção belga como uma das maiores expressões. Apenas um atleta da seleção atuava na liga belga. Os outros 22 estavam distribuídos em 7 ligas, o que tornava a Bélgica uma das seleções mais globalizadas (só Senegal e Suécia não tinham jogadores atuando nas respectivas ligas nacionais) (ESPN, 2018; LANCE, 2018). Tal globalização propiciou um caso curioso e sintomático: os jogadores e a comissão técnica da Bélgica (composta por um técnico espanhol e um auxiliar francês, ambos com carreira na Inglaterra) adotaram o inglês como língua oficial dos treinamentos e das concentrações (G1, 2018a). Além da praticidade na comunicação, o uso da língua inglesa ajudou a eliminar as diferenças linguísticas (étnicas, históricas, geográficas, etc.) entre as regiões belgas (Valônia, de língua francesa e Flandres, de língua flamenga). Neste caso, o globalismo ajudou a equipe belga a reforçar a construção da seleção (conhecida como *Diabos Vermelhos*) como símbolo de unificação nacional (FRANCO JÚNIOR, 2017) em detrimento de identidades comunitárias de ordem separatista ou beligerante, colocando o indivíduo abaixo da tribo (MAFFESOLI, 2006) (não necessariamente da instituição, pois o time da Copa tem caráter efêmero – cerca de um mês – e a política do uso do inglês foi definida pelo grupo de jogadores e pela comissão técnica e não pela federação).

A questão linguística e/ou de origem não é empecilho para jogadores nascidos em um país atuarem por uma outra seleção. Na Copa do Mundo 2018 foram 80 jogadores *estrangeiros* atuando por 23 das 32 seleções (FOLHA, 2018). As seleções africanas foram as que mais *importaram* jogadores: Marrocos (17 atletas de cinco nacionalidades, com destaque para 7 holandeses e 5 franceses), Senegal (9, sendo 9 franceses) e Tunísia (9 franceses). Mas seleções europeias, como Suíça (8) e Portugal (7) também contavam com jogadores estrangeiros. A França foi o país que mais *forneceu* atletas para outros países (FOLHA, 2018). Vários casos são de jogadores com ligação com o país por cuja seleção atuaram. Já outros não possuíam nenhuma ligação com o país, mas conseguiram nacionalidade por atuarem

profissionalmente por anos no país que defenderam na Copa do Mundo, como é o caso dos brasileiros Mário Fernandes (jogou pela Rússia), Diego Costa e Rodrigo (Espanha). Uma leitura imediata pode sugerir que na globalização futebolística vale tudo para reforçar as seleções nacionais e que os jogadores aceitam jogar por qualquer seleção para poder disputar uma Copa do Mundo. No entanto, tais dados demonstram duas facetas da pós-modernidade: (1) os fluxos migratórios promovem desterritorializações e reterritorializações, que podem gerar multiterritorialidades, com articulações de diferentes escalas (HAESBAERT, 2004), o que permite que um alagoano (Diego Costa) se sinta esportivamente mais espanhol do que brasileiro, mas continue mantendo seus laços identitários em escala local e nacional; e (2) as identidades, portanto, deixam de ser algo pronto para ser um processo de construção, ou seja, o local de nascimento passa a ter menos relevância do que a construção da identidade durante a vida (BAUMAN, 2005).

6. O estar junto na Copa do Mundo

A dimensão do estar junto se manifesta das mais diferentes formas, como: as pulsões gregárias (MAFFESOLI, 2004) (como o caso dos torcedores, nos estádios e nas *fan fests*, já tratados anteriormente); a valorização da participação sobre a vitória; e a influência cultural-simbólica de práticas sociais de torcedores em outras culturas.

Com o aumento da competitividade do futebol mundial e a diminuição da heterogeneidade do nível técnico e dos padrões táticos das diferentes seleções, tende-se a pensar que praticamente nenhuma seleção se contente com um resultado que não seja o título. No entanto, os resultados de poucas seleções na Copa do Mundo 2018, como Brasil, Argentina e Alemanha, tiveram repercussão negativa em seus países. A maior parte dos países celebraram os resultados de suas seleções, um misto de orgulho nacional e valorização da participação de sua seleção em uma celebração do futebol mundial. Os episódios mais marcantes de orgulho nacional estão ligados a seleções com resultados expressivos, como a Croácia (vice-campeã de forma inédita), Bélgica (terceira colocada de forma inédita)

e Inglaterra (que há 28 anos não disputava uma semifinal de Copa do Mundo). Entretanto, países eliminados na primeira fase ou até precocemente (dado os prognósticos dos especialistas) merecem destaque, como a Colômbia, eliminada nos pênaltis pela Inglaterra nas oitavas de final. Mesmo que a expectativa era de se avançar mais na competição, a seleção colombiana foi recebida com festa (GLOBOESPORTE, 2018a), cenário bastante diferente daquele de 1994, quando a eliminação na primeira fase provocou o assassinato do zagueiro Andrés Escobar, que fez um gol contra e foi responsabilizado pelo insucesso. Várias seleções eliminadas ainda na primeira fase foram recebidas com festas, como o caso do Panamá, do Irã e do Peru. Isto demonstra que “a globalização não minimizou a força das manifestações grupais no futebol” e que “a visibilidade mundial de certos eventos” serve “ao mesmo tempo de espelho para a própria comunidade (clubística ou nacional) se reconhecer e de vitrine para ela se valorizar aos olhos dos outros” (FRANCO JÚNIOR, 2007, p. 179).

No entanto, o episódio que mais bem simboliza a celebração global do estar junto na Copa do Mundo foi a comemoração da classificação mexicana para as oitavas de final. O México perdeu seu jogo e dependia de uma vitória improvável da Coreia do Sul sobre a Alemanha, que acabou acontecendo. Uma multidão de mexicanos foi comemorar a classificação de sua seleção em frente à embaixada sul-coreana na Cidade do México. O cônsul sul-coreano entrou na festa, foi carregado nos ombros dos mexicanos e tomou tequila na garrafa ao som da multidão gritando “*coreano, hermano, ya eres mexicano*” (EXTRA, 2018a). A empresa mexicana Aeroméxico chegou a anunciar 20% de desconto em suas passagens para coreanos (EXTRA, 2018b).

Outro episódio que demonstra a valorização da Copa do Mundo como um momento de estar junto foi a campanha de jogadores de diferentes seleções para a Fifa liberar a participação do atacante peruano Paolo Guerrero, que havia sido suspenso por *doping*. Os capitães das seleções que faziam parte do grupo do Peru (França, Dinamarca e Austrália) assinaram uma carta pedindo à Fifa que permitisse que a maior estrela do futebol peruano participasse da Copa (GAÚCHAZH, 2018). Em um grupo equilibrado, a não-participação de Guerrero na Copa poderia significar maior facilidade para as outras seleções se classificarem, o que demonstra a priorização do *estar junto* em relação a possíveis benefícios esportivos.

O terceiro caso se refere à influência cultural-simbólica que práticas sociais de torcedores podem gerar em outras culturas. As manifestações das formas de torcer são variadas: se pintar, se fantasiar, cânticos etc. Um exemplo é a torcida islandesa, com seu *haka viking* (uma sequência de gritos acompanhados de palmas), que acabou *exportando* sua forma de torcer para aficionados de várias partes do mundo. No entanto, a questão simbolicamente mais relevante foi o movimento em prol da permissão da presença de mulheres em estádios no Irã, por parte de torcedores, jogadores e dirigentes. Apesar de já existir antes da Copa do Mundo, o movimento se beneficiou da popularidade do evento, que permitiu que a questão deixasse de ser tratada apenas em escala nacional, mas se tornasse um assunto global. Mulheres foram proibidas de frequentar estádios depois da Revolução Iraniana de 1979 (até 1987, eram proibidas de assistir pela televisão também). No entanto, algumas torcedoras se arriscavam e iam aos jogos fantasiadas de homem (GLOBOESPORTE, 2018d). A Copa do Mundo passou a ser uma oportunidade para que iranianas pudessem acompanhar sua seleção nos estádios, mas também para que mulheres pudessem atuar cobrindo jornalisticamente o evento, como no caso de Mona Hoobehfekraniana (G1, 2018b; GLOBOESPORTE, 2018b). Tais rompimentos com o cotidiano alienante e repressivo proporcionam momento de presença (LEFEBVRE, 2006), mas também reforçam a luta pela igualdade no Irã. O próprio presidente da Fifa, Gianni Infantino, pediu a liberação da presença das torcedoras (GLOBOESPORTE, 2018c). No entanto, o regime iraniano continua proibindo que as mulheres frequentem os estádios, alegando que o encontro com “homens quase pelados com roupas de esporte [...] leva ao pecado” (GLOBOESPORTE, 2018c).

Neste contexto do globalismo do futebol, a compreensão de seu caráter espacial é fundamental, pois o espaço é “produto de inter-relações” (em diferentes escalas, presencial ou mediadamente), “esfera da possibilidade da existência da multiplicidade” (da valorização das diferenças e aglutinação pelas semelhanças, promovendo a pluralidade) e “sempre em construção” (sendo, portanto, suscetível a constantes (re)apropriações simbólicas e construção de territorialidades) (MASSEY, 2008, p. 29).

7. Considerações finais

Procuramos, neste artigo, discutir questões identitárias relacionadas direta ou indiretamente ao futebol a partir de acontecimentos ligados à Copa do Mundo de 2018. Reconhecemos a ambição do objetivo e que a contribuição deste texto é fornecer (e fomentar) uma perspectiva geográfica à discussão sobre identidade e futebol. Além disso, acreditamos que o debate realizado sobre as temáticas e os acontecimentos, usando uma metáfora futebolística, têm mais um caráter de *pontapé inicial* do que de *apito final*. As discussões realizadas podem ser sintetizadas em três aspectos: (1) as identidades ligadas ao futebol têm característica multiescalar e possuem forte ligação com o processo identitário no sentido mais amplo; (2) o futebol é um elemento da dialética da existência (SOJA, 1996), sendo a espacialidade uma dimensão fundamental para compreendê-lo; (3) as identidades ligadas ao futebol ou que se manifestam através dele têm lógica territorial e/ou se dão através de construção de territorialidades.

O primeiro aspecto, o do caráter multiescalar da identidade futebolística, pode ser demonstrado tanto na perspectiva do torcedor/consumidor quanto dos jogadores ou mesmo de outros atores. A criação de imagem de ídolos globais, que atuam em clubes (que são, ao mesmo tempo locais – por manterem ligação com a comunidade de origem – e globais – por se tornarem objetos de consumo sem fronteiras) e defendem seleções nacionais, são a imagem das novas geometrias do poder (MASSEY, 2008). Esta organização carrega consigo peculiaridades e contradições, nos termos de Giulianotti (2002), de estrelas internacionais (ídolos desterritorializados que são *produtos* da cultura de massa global, como brasilo-espanhóis venerados na China por jogarem em clubes ingleses) a heróis locais (este mesmo jogador pode simbolizar pautas identitárias ligadas ao seu local de origem ou ao clube/à cidade/à região em que atua profissionalmente). Identidades futebolísticas e estruturas identitárias em suas diferentes escalas se misturam, se confundem e se apropriam umas das outras, sobretudo em épocas de Copa do Mundo, já que as identidades futebolísticas não são meros reflexos da socialidade, da espacialidade e da historicidade, mas sim uma resposta (positiva ou negativa) a estas.

Considerando o caráter multiescalar da identidade futebolística, chegamos ao nosso segundo aspecto, da importância da espacialidade para compreender o futebol e suas apropriações simbólicas, produtoras de territorialidades. Apesar de apoiado no espaço físico – um espectro bastante importante e relevante de investigação para a Geografia, como o das relações entre futebol e o urbano e os estádios como elementos do espaço – a espacialidade que envolve o futebol é, acima de tudo, simbólica, constituindo uma instância própria da espacialidade, o espaço de representação do futebol, no qual a experiência futebolística é plena (GALLEGO CAMPOS, 2018). As diferentes apropriações dos elementos desta instância do vivido da espacialidade, como símbolos, mitos, discursos e a própria estruturação identitária futebolística, produzem territorialidades. A manifestação de torcedores na Copa do Mundo em *fan fests*, por exemplo, é social, mas fundamentalmente espacial, pautada no estar junto, no aqui e agora (MAFFESOLI, 2005). Nestas e nos estádios, como já destacamos, a reapropriação de símbolos nacionais constrói (novas) territorialidades, muitas vezes diversas daquelas construídas pelas instituições, calcadas na dimensão do concebido da espacialidade (LEFEBVRE, 1991).

Estas territorialidades são expressões também da lógica territorial da organização do futebol tanto em escala global quanto nacional e local. Por mais que a modernidade líquida, segundo Bauman (2016), tenha como característica a extraterritorialidade, a organização do futebol continua fortemente calcada em territórios físicos: as seleções são nacionais – com exceção, no circuito oficial, das *Home nations* e de algumas outras *nações* reconhecidas pela Fifa e não pela ONU, como Kosovo – e não comunitárias (apesar da existência de algumas, como a da Catalunha, mas que não são reconhecidas pela Fifa). Os campeonatos de clubes – que têm forte caráter comunitário local, mas, em alguns casos, são também globais – são nacionais, continentais e, no caso brasileiro, estaduais (e alguns regionais). O campeonato mundial de clubes reúne os vencedores de campeonatos continentais, que, por sua vez, são acessados por bons resultados em campeonatos nacionais. Apesar de manter esta lógica de territórios zonais modernos, o futebol, inclusive em copas do mundo, a questiona, bem como promove múltiplas territorialidades da escala local até a global.

Através do futebol, objeto tão negligenciado pelas Ciências Humanas, podemos apreender diversos aspectos da espacialidade, da socialidade e da historicidade. A identidade é apenas um dos aspectos e a Copa do Mundo é apenas um dos eventos passíveis de análise em uma perspectiva geográfica. A Geografia pode enriquecer discussões de diversas questões como clubismo (DAMO, 2014), rivalidades, questões políticas (política institucional da Fifa e demais organismos, uso político do futebol etc.), questões econômicas (receitas e despesas de clubes, lógica das transferências internacionais de jogadores etc.), questões simbólicas (discursos futebolísticos no e sobre o espaço, estádios como lugares e signos espaciais etc.), entre outras. Portanto, a Geografia pode e deve contribuir com a futebologia, ciência humana do futebol, proposta por Franco Júnior (2017).

Referências

- BAUMAN, Zygmunt. **Identidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.
- _____. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2016.
- BONIFACE, Pascal. El fútbol, fenómeno global por excelencia. **Vanguardia dossier**: el poder del fútbol. Barcelona, v. 20, p. 6-14, jul.-set., 2006.
- CARVALHO, José Eduardo de. **Geopolítica**. São Paulo SESI-SP Editora, 2012.
- CURI, Martin. A Copa do Mundo na televisão. In: HOLLANDA, Bernardo Borges Buarque de; SANTOS, João Manuel Casquinha Malaia dos; TOLEDO, Luiz Henrique de; MELO, Victor Andrade (Org.). **Olho no lance**: ensaios sobre esporte e televisão. Rio de Janeiro: 7Letras, 2013. p. 168-189.
- 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.
- DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2003.
- DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. **O que é a filosofia?**. Rio de Janeiro: Editora 34, 1992.

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

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

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**, v. 36, n. 2, p. 1-13, 15 ago. 2018.

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

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.

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

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

_____. **Da diáspora**: identidades e mediações culturais. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2008.

LEFEBVRE, Henri. **The production of space**. Oxford: Blackwell, 1991.

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

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

_____. **No fundo das aparências**. Petrópolis: Vozes, 2005.

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

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.

POLI, Raffaele. Identidades nacionales y globalización. **Vanguardia dossier**: el poder del fútbol, Barcelona, v. 20, p. 47-50, jul.-set., 2006.

SOARES, Antonio Jorge G.; BACH, Paulo Cezar Teixeira; OLIVEIRA, Ailton Fernando Santana de; MELO, Leonardo Bernardes S. de. Copa da Alemanha 2006: futebol globalizado e o mundo de negócios na pós-modernidade. In: RIBEIRO, Luiz (Org.). **Futebol e globalização**. Jundiaí: Fontoura, 2007. p. 69-81.

SOJA, Edward William. **Thirdspace**: journeys to Los Angeles and other real-and-imagined places. Oxford: Blackwell, 1996.

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

Sites

ESPN. **De cada 10 jogadores da Copa, 7 jogam fora de seus países; veja o ranking “dos estrangeiros”**. 5 jun. 2018. Disponível em: <http://www.espn.com.br/futebol/artigo/_id/4373595/de-cada-10-jogadores-da-copa-7-jogam-fora-de-seus-paises-veja-o-ranking-dos-estrangeiros>. Acesso em 27 nov. 2018.

EXTRA. **Mexicanos fazem festa incrível para a Coreia na embaixada sul-coreana, na Cidade do México**. 27 jun. 2018a. Disponível em: <<https://extra.globo.com/esporte/copa-2018/mexicanos-fazem-festa-incrivel-para-coreia-na-embaixada-sul-coreana-na-cidade-do-mexico-22828773.html>>. Acesso em 27 nov. 2018.

_____. **México se classifica e companhia aérea dá desconto em voos para a Coreia do Sul**. 27 jun. 2018b. Disponível em: <<https://extra.globo.com/esporte/copa-2018/mexico-se-classifica-companhia-aerea-da-desconto-em-voos-para-coreia-do-sul-22828391.html>>. Acesso em 27 nov. 2018.

FIFA. **7.7 million football fans visit FIFA Fan Fest during Russia 2018**. 19 jul. 2018a. Disponível em: <<https://www.fifa.com/worldcup/news/7-7-million-football-fans-visit-fifa-fan-fest-during-russia-2018>>. Acesso em 27 nov. 2018.

_____. **2018 FIFA World Cup Russia Global broadcast and audience summary**. 21 dez. 2018b. Disponível em: <<https://digitalhub.fifa.com/m/2589b77c20849beb/original/njqsntrvdvqv8ho1dag5-pdf.pdf>>. Acesso em 06 jul. 2022.

_____. **2018 Fifa World Cup Tickets: facts and figures**. 15 ago. 2018c. Disponível em: <<https://img.fifa.com/image/upload/uovvofswmbk28x69dknj.pdf>>. Acesso em 27 nov. 2018.

FOLHA de S. Paulo. **Franceses são maioria entre “estrangeiros” da Copa; veja ranking completo**. 26 jun. 2018. Disponível em: <<https://www1.folha>

uol.com.br/esporte/2018/06/franceses-sao-maioria-entre-estrangeiros-da-copa-veja-ranking-completo.shtml>. Acesso em 27 nov. 2018.

G1. **Por que os jogadores da Bélgica conversam entre si em inglês na Copa da Rússia?**. 02 jul. 2018a. Disponível em: <<https://g1.globo.com/mundo/noticia/por-que-os-jogadores-da-belgica-conversam-entre-si-em-ingles-na-copa-da-russia.ghtml>>. Acesso em 27 nov. 2018.

_____. **Proibidas de entrar em estádios em seu país, iranianas vão à Rússia ver a seleção pela primeira vez**. 15 jun. 2018b. Disponível em: <<https://g1.globo.com/mundo/noticia/proibidas-de-entrar-em-estadios-em-seu-pais-iranianas-va-o-a-russia-ver-selecao-pela-primeira-vez.ghtml>>. Acesso em 27 nov. 2018.

GAÚCHAZH. **Capitães das seleções adversárias do Peru pedem liberação de Guerrero**. 22 maio 2018. Disponível em: <<https://gauchazh.clicrbs.com.br/esportes/copa-do-mundo/noticia/2018/05/capitães-das-selecoes-adversarias-do-peru-pedem-liberacao-de-guerrero-cjhguh7sw06y901pai6np88wa.html>>. Acesso em 27 nov. 2018.

GLOBOESPORTE. **Colômbia é recebida com “festa de campeã” por 35 mil pessoas no El Campín**. 06 jul. 2018a. Disponível em: <<https://globoesporte.globo.com/futebol/selecoes/colombia/noticia/colombia-e-recebida-com-festa-de-campea-por-35-mil-pessoas-no-el-campin.ghtml>>. Acesso em 27 nov. 2018.

_____. **Espelho da alma: fotógrafa iraniana quebra barreiras e retrata Copa com olhar de esperança**. 23 jun. 2018b. Disponível em: <<https://globoesporte.globo.com/futebol/selecoes/ira/noticia/fotografa-iraniana-quebra-barreiras-e-retrata-copa-com-olhar-de-esperanca.ghtml>>. Acesso em 27 nov. 2018.

_____. **Procurador-geral do Irã proíbe presença de mulheres nos estádios do país**. 17 out. 2018c. Disponível em: <<https://globoesporte.globo.com/futebol/futebol-internacional/noticia/procurador-geral-do-ira-proibe-presenca-de-mulheres-nos-estadios-do-pais.ghtml>>. Acesso em 27 nov. 2018.

_____. **Torcedoras se vestem de homem para ver título do clube do coração**. 01 maio 2018d. Disponível em: <<https://globoesporte.globo.com/futebol/futebol-internacional/noticia/torcedoras-se-vestem-de-homem-para-ver-titulo-do-clube-do-coracao-no-ira.ghtml>>. Acesso em 27 nov. 2018.

KANTAR. **Audiência de TV de todos os jogos da Copa do Mundo**. Disponível em: <<https://www.kantaribopemedia.com/copadomundo/dados-de-audiencia-da-copa-do-mundo-2018/>>. Acesso em 27 nov. 2018.

LANCE. **310 clubes de 56 nações? De onde vêm os atletas da Copa do Mundo 2018.** 05 jun. 2018. Disponível em: <<https://www.lance.com.br/copa-do-mundo/310-clubes-nacoes-onde-vem-atletas-copa-mundo-2018.html>>. Acesso em 27 nov. 2018.

Recebido em 15/08/2022

Aceito em 07/09/2022