



ARTIGO ORIGINAL

## Clube Atlético Mineiro e Cruzeiro Esporte Clube como experiência de lazer em bares da cidade de Montes Claros



Rogério Othon Teixeira Alves \*, Georgino Jorge de Souza Neto e Carlos Rogério Ladislau

*Universidade Estadual de Montes Claros (Unimontes), Departamento de Educação Física e do Desporto, Laboratório de Estudos e Pesquisa do Lazer (Ludens), Montes Claros, MG, Brasil*

Recebido em 6 de fevereiro de 2018; aceito em 9 de maio de 2018

Disponível na Internet em 11 de julho de 2018

### PALAVRAS-CHAVE

Bar;  
Lazer;  
Televisão;  
Futebol

**Resumo** Este artigo objetivou analisar o contexto social associado ao lazer nos jogos do Clube Atlético Mineiro e do Cruzeiro Esporte Clube, em bares de Montes Claros (MG), em 2016/17, com o uso de observação e aplicação de questionário semiestruturado. As análises convergiram em direção aos estudos de [Gastaldo \(2005a, 2005b\)](#), em Porto Alegre; [Azevedo e Santos \(2008\)](#) e [Barral \(2012\)](#), em Brasília; [Origuela e Silva \(2013\)](#) e [Origuela \(2014\)](#), em Piracicaba; e [Abrantes \(2015\)](#), em Belo Horizonte. Apesar da distância, a assistência aos jogos foi similar. Em Montes Claros, reduto de atletas e cruzeirenses, o bar assemelha-se a um estádio, torna-se um local de lazer da cidade.

© 2018 Colégio Brasileiro de Ciências do Esporte. Publicado por Elsevier Editora Ltda. Este é um artigo Open Access sob uma licença CC BY-NC-ND (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>).

### KEYWORDS

Bar;  
Leisure;  
TV;  
Soccer

**Clube Atlético Mineiro and Cruzeiro Esporte Clube as a leisure experience in bars in the city of Montes Claros**

**Abstract** This article aimed to analyze the social context associated with leisure in the matches of Clube Atlético Mineiro and Cruzeiro Esporte Clube, in bars of Montes Claros-MG, in the years 2016/17, using observation and application of semi-structured questionnaire. The analyses converged towards the studies of [Gastaldo \(2005a, 2005b\)](#), in Porto Alegre; [Azevedo and Santos \(2008\)](#) and [Barral \(2012\)](#), in Brasília; [Origuela and Silva \(2013\)](#) and [Origuela \(2014\)](#), in

\* Autor para correspondência.

E-mail: [rogerioothon@gmail.com](mailto:rogerioothon@gmail.com) (R.O. Alves).

**PALABRAS CLAVE**

Bar;  
Ocio;  
Televisión;  
Fútbol

Piracicaba; and Abrantes (2015), in Belo Horizonte. Despite the distance, the attendance at matches was similar. In Montes Claros, a stronghold of fans of both clubs, the bar resembles a stadium, becoming a place of leisure of the city.

© 2018 Colégio Brasileiro de Ciências do Esporte. Published by Elsevier Editora Ltda. This is an open access article under the CC BY-NC-ND license (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>).

### Clube Atlético Mineiro y Cruzeiro Esporte Clube como experiencia de ocio en bares de la ciudad de Montes Claros

**Resumen** El objetivo de este artículo fue analizar el contexto social asociado con el ocio en los partidos del Club Atlético Mineiro y del Cruzeiro Esporte Clube en bares de Montes Claros-MG, en los años 2016 y 2017, utilizando la observación y la aplicación del cuestionario semiestructurado. Los análisis convergieron hacia los estudios de Gastaldo (2005a, 2005b) en Porto Alegre; Azevedo y Santos (2008) y Barral (2012) en Brasilia; Origuela y Silva (2013), y Origuela (2014) en Piracicaba, y Abrantes (2015) en Belo Horizonte. A pesar de la distancia, la asistencia a los partidos fue similar. En Montes Claros, bastión de los hinchas de los dos clubes, el bar se parece a un estadio, pues se convierte en un lugar de ocio de la ciudad.

© 2018 Colégio Brasileiro de Ciências do Esporte. Publicado por Elsevier Editora Ltda. Este es un artículo Open Access bajo la licencia CC BY-NC-ND (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>).

## Introdução

De acordo com Barral (2012, p. 196), “a partir da relação trabalho-lazer, a abordagem da sociologia dos tempos sociais extraiu uma discussão interna entre tempo de trabalho e tempo de não trabalho”. Nesse cenário, a partir da primeira metade do século XIX a “luta por tempo livre será um dos pontos centrais na pauta dos movimentos socialistas e trabalhistas do século XIX” (Barral, 2012, p. 196), porém, no século XX, o tempo do não trabalho passou ser alvo de estudos (Gaelzer, 1979).

Enfim, o que fazem as pessoas nesse período de não trabalho? Descansam, cuidam de afazeres domésticos, estudam, se divertem? O uso desse tempo livre do trabalho nem sempre é desprezado e, em função disso, passou a ser de interesse, em um primeiro momento, da sociologia.

Para Dumazedier (1979), no tempo livre, podemos descansar, divertir e desenvolver a personalidade. Essa conjunção de aspectos, associados ao tempo e espaço social disponível, caracteriza o lazer e essa situação, segundo Gomes (2004, p. 125) é

uma dimensão da cultura constituída por meio da vivência lúdica de manifestações culturais em um tempo e espaço conquistado pelo sujeito ou grupo social, estabelecendo relações dialéticas com as necessidades, os deveres e as obrigações.

Na contemporaneidade, um dos interesses do lazer mais praticados é o físico-esportivo, tal conteúdo está explícito na prática de um determinado esporte ou de uma atividade física, normalmente mais à vista da população. Porém, o futebol é um fenômeno que extrapola essa compreensão, é consumido de diversas formas, tais como na prática propriamente dita, na assistência aos estádios, na leitura de livros e jornais sobre o tema, no acesso à internet, na compra de acessórios licenciados de algum time, no assistir ao

jogo pelo rádio ou pela televisão. Nesse conjunto de possibilidades, o futebol pela TV tem se destacado, pois existem diversos programas televisivos que exploram o tema e vários são os jogos televisionados.

Outra possibilidade de consumo do futebol, que não é tão nova, mas tem ganhado cada vez mais adeptos, é a frequência a bares que oferecem a transmissão aos seus clientes. Os estabelecimentos comerciais usam do futebol objetivando o aumento das vendas, há nítida relação econômica entre o oferecimento do espetáculo com o lucro. Se o futebol atrai mais clientes, porque não oferecê-lo aos clientes? O motivo primordial é ver o seu time jogar, o que já se configura como um momento de lazer, mas estão envolvidos interesses sociais na convivência entre os presentes no ambiente, entre outras possibilidades. Tírico & Camargo (2013, p. 1) corroboram tais afirmações:

No Brasil e em tantos países, o futebol é uma das atividades mais celebradas no tempo de lazer de milhões de pessoas. Além disso, a torcida por um determinado clube possibilita uma série de interações entre os mais diferentes indivíduos, que, através do futebol, constroem identidades e fortalecem vínculos uns com os outros.

Dessa forma, os bares podem ser considerados equipamentos não específicos de lazer, porque assemelham-se com “espaços que em suas essências não são ambientes de lazer, ou ainda, não foram construídos de modo particular para essa função, mas que eventualmente pode cumpri-la” (Azevedo & Santos, 2008, p. 99). Assim, em cidades interiores, como é o caso de Montes Claros, ao norte de Minas Gerais, o bar pode se constituir despreziosamente um local de lazer.

Para a compreensão desse fenômeno, é fundamental localizar, por dedução ou informações, os times de futebol que mais induzem torcedores aos bares nos dias dos seus jogos. No Estado de Minas Gerais, as partidas do Clube

Atlético Mineiro e do Cruzeiro Esporte Clube são as que mais chamam a atenção e as que envolvem o maior número de pessoas para assisti-las. Certamente, essas equipes protagonizam os maiores eventos futebolísticos da capital mineira, Belo Horizonte e também em muitas cidades do interior.

O ato de assistir aos jogos do Atlético Mineiro e do Cruzeiro num bar aparentemente passou a ser um programa semelhante ao “estar” no estádio. Sem embargos, o futebol no bar transformou-se num fenômeno relevante que agrega diversos significados no momento em que se acompanha, capaz de mobilizar sentimentos diversos dos torcedores, estejam eles assistindo onde quiserem: nos estádios, na sua residência ou em bares.

Enfim, como alegado por [Barral \(2012, p. 201\)](#), “a influência do lazer sobre os indivíduos ainda não foi devidamente estudada, particularmente o lazer em bar”. Dessa forma, tornou-se objetivo deste artigo analisar o contexto social associado ao lazer nos jogos do Atlético Mineiro e do Cruzeiro, assistidos em bares da cidade de Montes Claros (MG), em 2016/17.

## Material e métodos

A presente pesquisa, de tipologia descritiva, adotou, como universo, quatro bares da cidade de Montes Claros (MG), os quais transmitiram jogos oficiais do Clube Atlético Mineiro e do Cruzeiro Esporte Clube, em 2016 e 2017. Tais bares, situados em quatro bairros

foram selecionados porque regularmente projetam, sem distinção, jogos de ambas as equipes e recebem, portanto, clientes/torcedores de diferentes agremiações e de diversas regiões da cidade.

Para a coleta de dados, o grupo de pesquisadores acompanhou um jogo de cada equipe em cada bar investigado, o que resultou em oito partidas estudadas. Como instrumentos de coleta, foram empregados a observação não participante ([Gomes & Amaral, 2005](#)) e o questionário ([Gil, 2012](#)). Esse último instrumento foi aplicado em 26 clientes/assistentes em cada bar, totalizaram-se 104 questionários.

Tecnicamente, o método da observação é um procedimento investigativo em que o próprio investigador é o instrumento da pesquisa com os atores sociais. Na modalidade de observação não participante, “o investigador se comporta como um expectador das pessoas, do local e do tema. Ou seja, ele ‘assiste’ às cenas que ocorrem sem qualquer participação” ([Gomes & Amaral, 2005, p. 73](#)). Por meio desse procedimento, buscou-se apreender e interpretar os sinais, os gestos, as ações, os comportamentos, a conduta, a vestimenta, a fala e a expressão corporal presentes no decorrer dos jogos. A aplicação da observação obedeceu as sugestões indicadas por [Correia \(2009\)](#), para o qual, a partir do momento em que o pesquisador inicia o seu trabalho no local a ser investigado, a observação deve evoluir de uma fase mais ampla e descritiva no início para uma fase mais seletiva e refinada no fim. Para assegurar a eficácia dessa técnica, as observações foram empreendidas por meio de um roteiro de questões norteadoras, os dados observados foram registrados em caderno de campo.

As observações foram também usadas para identificar clientes/torcedores que respondessem aos questionários. Para [Gil \(2012, p. 121\)](#), o questionário é uma técnica

de investigação por meio da qual as pessoas são provocadas a responder, por escrito, um conjunto de questões pré-definidas com vistas a obter informações acerca de conhecimentos, crenças, sentimentos, interesses, expectativas etc. Nessa pesquisa, optou-se pela aplicação de questionários mistos, ou seja, compostos por questões fechadas (múltipla escolha) e abertas, essas últimas permitem ao respondente se expressar livremente sobre o conteúdo das perguntas.

A interpretação dos dados, de natureza quanti-qualitativa, foi empreendida por meio do estabelecimento de categorias de análise tendo em vista os objetivos propostos.

A pesquisa tem parecer substanciado aprovado pelo CEP/Unimontes, nº 1.369.315, publicado em 15/12/2015, e cumpriu as exigências para assegurar a integridade física, psicológica e moral dos envolvidos.

## Resultados e discussão

Dos 104 questionários recolhidos, 34% do total disseram frequentar o bar para assistir aos jogos pelo menos uma vez por semana, 22% do pesquisados relataram que vão sempre que tem jogo do seu time transmitido, ou seja, normalmente duas vezes por semana, 46 espectadores informaram que nem sempre estão presentes e que comparecem de forma esporádica ao bar, pois não se sentem na obrigação de acompanhar todos os jogos do seu time.

Observou-se que mais da metade dos investigados (56%) tem o hábito de assistir aos jogos no bar pelo menos uma vez por semana. Esse nível de frequência pode ser associado à presença semanal nos estádios de futebol em cidades de maior porte, como Belo Horizonte. Em Montes Claros, devido à distância, muitos torcedores, tanto do Atlético Mineiro como do Cruzeiro, optam por assistir aos seus times em transmissões televisivas, como em bares locais.

Dos participantes do estudo, 56 se declararam torcedores do Cruzeiro e 48 disseram torcer para o Atlético Mineiro, 28 mulheres e 76 homens. Tal como ocorreu no estudo de [Abrantes \(2015, p. 109\)](#), “a presença de mulheres foi bastante inferior à de homens nos bares participantes” e os homens tiveram presença mais efetiva de acordo com os números da pesquisa, ressaltou-se uma possível maior disponibilidade e disposição deles de participar da investigação. Ainda assim, destaca-se que a presença feminina nos bares pode ser uma forma de conquista social, pois o bar, assim como o ambiente futebolístico, tende a ser masculinizado, marcado por linguagem chula, gestual ofensivo e consumo de bebida alcoólica exagerado.

Foi observado, em vários momentos, uma visível inibição do público masculino no uso do vocabulário vulgar quando da maior presença de mulheres no ambiente. A impressão é que a presença feminina suaviza o comportamento geral, ao mesmo tempo parece ter a pretensão oculta de “igualar” a mulher ao homem quando notamos nelas comportamento semelhante ao masculino, tanto no gestual quanto no linguajar, simboliza uma momentânea conquista e equiparação de direitos sociais no desfrute de um momento de lazer. Segundo analisado por [Barral \(2012 p. 191\)](#), o bar ainda é um lugar masculino, “e não é a presença da mulher que o torna feminino, há um número muito grande de bares que

vem incluindo a mulher em seu espaço”. O “*ethos* de masculinidade” fortemente percebido nos estádios parece se reproduzir no ambiente dos bares. É visível o predomínio masculino nos bares, não apenas no caráter quantitativo, mas sobretudo na apropriação dos códigos ligados ao torcer (cânticos, expressão corporal, verbalização). Tem-se a impressão de que as mulheres apenas acompanham os homens na reprodução da forma de torcer, ou seja, não percebemos uma “naturalidade” do comportamento emitido pelas mulheres durante os jogos.

Se quanto ao público feminino percebe-se essa demarcação, outro público nos parece invisibilizado: o torcedor(a) gay. Não percebemos, em momento algum, a manifestação explícita de pessoas homossexuais (isso evidentemente não quer dizer que elas ali estivessem). Isso pode ser interpretado pela cultura masculina do torcer (nos estádios e nos bares), que impõe a virilidade como um dos critérios de torcedor, o que pode inibir a expressão espontânea desse grupo. De acordo com [Bandeira & Seffner \(2013, p. 252\)](#), podemos pensar o futebol como “uma importante instituição masculina. Ele é produzido por pressupostos de masculinidade ao mesmo tempo em que participa da produção, circulação e hierarquização de diferentes possibilidades de masculinidades”.

No mesmo momento em que assistem e torcem pelo seu time de futebol, ambos, mulheres e homens, descontraem-se igualmente e socializam o mesmo ambiente. Por fim, foi possível perceber que também houve concordância e semelhança com [Gastaldo \(2005a, p. 14\)](#), quando estudou o comportamento de torcedores de futebol em bares no Sul do Brasil: “Além do forte recorte de gênero, o compartilhar coletivo do mesmo jogo estimula a formação de um espaço de sociabilidade muito peculiar”.

Em relação à faixa-etária dos pesquisados, 70 deles tinham até 30 anos, os outros 34 sujeitos tinham de 31 a 76 anos. Portanto, sem levar em consideração os sujeitos menores de 18 anos, a idade dos investigados apresentou-se inferior a 30 anos, caracterizou uma assistência formada por jovens, particularidade encontrada por [Abrantes \(2015, p. 111-112\)](#), na qual ficou “muito evidente que a maioria dos torcedores nos bares participantes desta pesquisa tem o jovem como sua parcela mais significativa de clientes. Dentre as 75 respostas, 51 delas estão anos e 12 (16%) torcedores se encontram na faixa entre 30 e 35 anos”.

Conforme notado, a chegada dos torcedores aos locais de transmissão se dava normalmente de forma muito tranquila. Aparentemente, a confiança de cada torcedor está atrelada ao momento vivido pelo time do coração ou ainda pela qualidade do adversário. Se o time está bem ou mal colocado na tabela do campeonato tal fato influencia na postura do torcedor.

[Gastaldo \(2005b, 113-114\)](#), em seu estudo, apresenta o aspecto geral do bar nos dias de transmissão futebolística:

O “campo finito de significação” suscitado pela transmissão de uma partida de futebol no ambiente dos bares é um fenômeno que dura aproximadamente duas horas. Pouco antes de começar o jogo, os bares estão em geral com apenas alguns frequentadores e várias mesas vazias. À medida que se aproxima o início do jogo, começam a chegar os torcedores, o pico de público ocorre por volta da metade do primeiro tempo, público que permanece praticamente inalterado até o fim da partida.

Durante as partidas, foi possível perceber que as pessoas se divertem, independentemente do resultado do jogo. Seja atleticano ou cruzeirense, a rivalidade entre ambos existe mesmo que o jogo não seja entre eles, ou seja, além de torcerem para o Atlético ou para o Cruzeiro, ainda se torce contra o rival jogando contra qualquer time. Como observado por [Gastaldo \(2005b, p. 115-116\)](#) em bares da cidade de Porto Alegre, entre torcedores do Grêmio e do Internacional, “no bar, ninguém escapa incólume de uma goleada sofrida por seu time, a chacota dos oponentes é instantânea e infalível – mesmo se o próprio time não estiver jogando, sempre há torcedores adversários – ‘secadores’ – de prontidão”.

Ao chegar, percebe-se que a grande maioria das pessoas vai acompanhada, mas há aqueles que combinam de se encontrar no bar de costume e, às vezes na mesma mesa, o que denuncia superstições envolvidas entre o torcedor e o seu time. A disposição das pessoas nas mesas obedece à localização da televisão, os mais ansiosos sentam-se o mais próximo possível do aparelho transmissor. Nessa acomodação, a arrumação parece obedecer à lógica de quanto menos interessado o sujeito está pelo jogo, mais distante se coloca da TV, forma-se a figura de um triângulo a partir da posição do aparelho. Essa configuração do ambiente, [Gastaldo \(2006, p. 8\)](#) denominou “interação focada”, momento “em que os diferentes participantes em copresença imediata compartilham um alinhamento coletivo a uma mesma situação”.

Muitos dos aspectos notados nas observações podem ser comparados com os estudos etnográficos desenvolvidos em bares da região metropolitana de Porto Alegre, por [Gastaldo \(2005a\)](#), são nítidas as semelhanças com o estudo aqui analisado.

Nos bares, o ponto de foco da atenção coletiva é o aparelho de TV, que determina a dispersão espacial dos participantes no *setting* e produz um “triângulo” ou “cone”, no qual o aparelho ocupa o vértice. Participantes menos “focados” na situação – em geral casais ou famílias – tendem a ocupar as mesas vazias próximas às laterais do triângulo, e temporariamente. A participação é quase exclusiva de homens, as raras mulheres vêm acompanhando maridos ou namorados. A situação analisada dura o exato tempo do jogo: não é raro o bar estar vazio antes do jogo, começar a ser ocupado entre o início da partida e os 15 minutos do primeiro tempo e esvaziar imediatamente após o término do jogo ([Gastaldo, 2005a, p. 10](#)).

Nos bares montes-clarenses, nos dias de transmissão, assistir ao jogo de futebol parece ser o grande motivo da frequência dos clientes presentes, contudo, ligado a esse assistir, percebe-se claramente não só o interesse físico-esportivo do lazer, mas também o social. Sobre a noção do interesse do lazer físico-esportivo nos bares durante as transmissões de jogos de futebol, é importante observá-lo, como frisa [Origuela \(2014\)](#), pois esse conteúdo do lazer não está atrelado somente ao movimento de quem o pratica, mas também ao fato de apreciá-lo:

em relação ao interesse físico-esportivo, não podemos nos limitar a pensá-lo somente no nível da prática. A questão é ampla e complexa e ao se tratar deste interesse não podemos confundir a prática ou a assistência ao esporte, por exemplo, com uma atitude ativa ou passiva respectivamente. Interesses físico-esportivos se relacionam com a participação ativa e voluntária do sujeito em atividades que



se relacionam com a cultura física, ou seja, tanto na prática esportiva como na assistência ao espetáculo (Origuela, 2014, p. 37).

No fim dos jogos, a dispersão dos torcedores dos bares consistia-se nos momentos mais sensíveis, principalmente se o time de preferência da maioria fosse o perdedor. Claramente, tal fato influenciava no humor dos sujeitos, geralmente terminava em xingamentos destinados aos jogadores e técnico, além da execução de gestuais ofensivos alhures, como se aquela grosseria fosse feita no próprio estádio onde acontecera a partida. Semelhantemente ao observado nos bares de Montes Claros, Gastaldo (2005b) denominou o falatório desconexo dos torcedores, durante as partidas em bares porto-alegrenses, de “falar para todos”.

Apesar de nos momentos observados não ter havido violência física entre os presentes, notou-se que a bebida alcoólica consumida e os ânimos exaltados dos torcedores podem ser a causa maior dos exageros. Ritual próprio dos frequentadores dos bares em Montes Claros e em Belo Horizonte, como demonstrado por Abrantes (2015, p. 47): no bar, durante os jogos, existe “intenso consumo de bebida alcoólica pelos torcedores, sobretudo a cerveja”.

Uma das atitudes mais comuns é desferir a todo momento, tanto para jogadores quanto para a torcida adversária, xingamentos homofóbicos, como se esse aspecto fosse prejudicial e inadmissível no universo futebolístico, denota uma característica social masculina. Tal comportamento preconceituoso em bares montes-clarenses foi semelhante ao encontrado por Gastaldo (2005b, p. 118) em Porto Alegre, onde supostamente “atribuir atitudes ‘femininas’ a um homem o desqualifica perante os outros homens, a chamada ‘homofobia’”. Sobre esse comportamento catártico, Norbert Elias e Eric Dunning discorrem, em sua obra *A busca da excitação*, de como o envolvimento dos atores sociais em contexto de emulação esportiva (notadamente no futebol) pode potencializar atitudes de extravasamento. Segundo os autores:

Os espectadores de um jogo de futebol podem saborear a excitação mimética de um confronto entre duas equipes, evoluindo de um lado para outro do terreno do jogo, sabendo que nenhum mal acontecerá aos jogadores nem a si mesmo. Tudo como na vida real, podem agitar-se entre esperanças de sucesso e medos da derrota e, nesse caso, ativam-se sentimentos muito fortes num quadro imaginário (Elias & Dunning, 1992, p. 71).

A partir do questionário aplicado foi arquitetado um panorama do ambiente de transmissão dos jogos como um local aproximado da atmosfera do estádio de futebol. Assim, os torcedores pesquisados foram indagados se o bar, em alguma medida, substitui o estádio. Azevedo & Santos (2008, p. 121), que estudaram bares de Brasília, concluíram que “o bar torna-se um ambiente mágico capaz de transportar os torcedores para o estádio e criar laços de solidariedade, rituais identitários, formas de sociabilidade e rivalidades que permitem a compreensão do futebol como um fenômeno que mobiliza paixões as mais inexplicáveis”.

Em Montes Claros, pode-se destacar que a maioria dos torcedores analisados (58,65%) entende que o bar substitui o estádio por acharem o ambiente semelhante, seja pela aglomeração das pessoas presentes, pela euforia instalada ou até mesmo pelas provocações mútuas que ocorrem no local. Outros sujeitos, 41,35%, também concordaram que de

fato substitui, porém, deixaram claro que a escolha pelo bar é causada pelas dificuldades de acesso aos estádios, motivadas normalmente por questões financeiras, pois os ingressos para os jogos são caros e Montes Claros dista a mais de 400 quilômetros de Belo Horizonte. Por fim, a comodidade de se ter um bar que transmita os jogos bem próximo à sua residência é um atrativo. “Nunca se assistiu a tanto esporte como hoje. E podemos pressupor que isso ocorra pelo desenvolvimento das tecnologias e a facilitação ao acesso a elas” (Origuela & Silva, 2013, p. 4).

As justificativas citadas para a frequência dificultada aos estádios em dias de jogos dos seus times são semelhantes às alegações expostas por Origuela (2014, p. 43):

Além do custo do ingresso, há o custo do deslocamento da pessoa até o estádio que pode variar de um bairro a outro, de uma cidade a outra ou de um estado ao outro. Podemos adicionar também o valor de estacionamento caso a pessoa vá de carro, além de um custo extra para alimentação dentro do estádio.

Sobre a possível semelhança entre o bar e o estádio, divergiram dessa possível similaridade 41,35% dos torcedores que frequentaram os bares nos dias dos jogos e que responderam ao questionário. Esses avaliaram que a emoção de torcer no estádio é muito diferente, uma experiência única, que não há como associar com a torcida no bar.

Quanto à ideia de substituição do estádio pelo bar, ainda que haja opiniões distintas entre os torcedores, ela não interfere na caracterização da atividade como um momento de lazer. Concordando com Azevedo & Santos (2008, p. 101), “o ambiente dos bares em dia de jogo demonstra formas particulares de interação social. O simples fato de estar no ambiente do bar articula lógicas profundas referentes a esse esporte”. Mesmo com posturas e sentimentos pessoais diferentes frente ao significado do local da assistência, durante a pesquisa foram notados interesses culturais do lazer semelhantes, que se observam nos bares e nos estádios.

Em ambos, resguardadas as intenções de cada sujeito presente, perceberam-se os conteúdos físico-esportivos e sociais, marcadamente.

Quando perguntados se assistir aos jogos no bar é um hábito prazeroso ou não, a maioria absoluta, 90,4% dos torcedores, disse que as nuances que envolvem esse momento são extremamente divertidas, interessantes e proporcionam prazer. O fato de poder estar com os amigos, poder tomar a bebida preferencial com facilidade, relaxar sem a preocupação acentuada com o horário e “fugir” do estresse do cotidiano, entre outras várias possibilidades existentes, são aspectos que o bar proporciona quando se assiste aos jogos.

Em comparação com o estudo de Abrantes (2015), feito em bares de Belo Horizonte, pode-se afirmar que existem semelhanças com os de Montes Claros. Os principais motivos assinalados para responderem ao questionamento referente à frequência a bares para assistirem aos jogos do Atlético ou do Cruzeiro foram: a possibilidade de encontro com amigos e pelo fato de residirem próximos ao bar. Além desses, o autor em questão evidenciou a relação íntima entre futebol e cerveja, pois, “dos 75 torcedores que responderam a essa questão, 66 (88%) afirmam fazer uso de bebidas alcoólicas quando vão assistir a jogos no bar” (Abrantes, 2015, p. 106), fato também observado nos bares de Montes Claros.

Em outro ponto da pesquisa, os torcedores foram perguntados se vão ao bar acompanhados de outras pessoas e quem são essas pessoas. Observou-se que 69% dos frequentadores costumam ir ao bar na companhia de amigos, 23% preferem ir com parentes, 6% vão com seus cônjuges ou namorados(as) e 7% vão sozinhos, mas se juntam aos torcedores do seu time, mesmo que não os conheçam.

Dos que aceitaram participar do estudo, 87,5% concordaram que escolher a companhia contribui para que o evento seja prazeroso. Frequentar com o amigo, colega ou um conhecido foi citado por 79 dos 104 participantes. Outros seis responderam que ir ao bar nos dias de jogos com a namorada, com o namorado ou com o cônjuge é mais prazeroso. Torcer no bar para 24 dessas pessoas é mais confortável quando estão com seus parentes como o pai, um irmão, um primo. Os que optaram por ir sozinhos somaram 11. Nas respostas a essa pergunta, fica evidenciada a preferência maciça dos torcedores por estar com os amigos. É importante ressaltar que as pessoas têm uma necessidade voraz pela interação social, o bar é um ambiente propício para que isso aconteça.

Já outros pesquisados, 8,6%, preferem ir sozinhos, porque assim podem se concentrar no jogo, pois os amigos podem desviar sua atenção. Outra pequena parcela, 3,9% dos inquiridos, disseram não escolher suas companhias e também não se importam em ir sozinhos.

No quesito companhia, as respostas encontradas foram bastante aproximadas dos achados de [Abrantes \(2015, p. 113\)](#): “43 (65%) torcedores de todos os bares declararam que são os amigos que os acompanham aos estabelecimentos para assistir às partidas, seguido por namorado(a) com 11 respostas, significando 17% das respostas”. É possível afirmar que a sociabilidade entre amigos e parentes sofre influência significativa da afluência conjunta aos bares em dias de transmissão de jogos.

Em outro aspecto da pesquisa, foi perguntado se durante as partidas há algum tipo de interação com outras pessoas no bar. Foi notado que, apesar de estar acompanhados, os torcedores interagem com outros presentes, atitude afirmada por 78% dos sujeitos que responderam o questionário. Já para 17% deles, a interação acontece apenas com quem os acompanha. Em bares de Belo Horizonte, [Abrantes \(2015, p. 111\)](#) aponta que “dos 75 torcedores que responderam o questionário, 49 (65,3%) afirmam que comentam lances ou conversam sobre a partida com os outros torcedores, em qualquer ocasião”.

No fim, foram identificados os principais ritos ou códigos de participação durante a assistência aos jogos. Dos 104 pesquisados, 89 afirmaram apresentar atitudes que não somente assistir aos jogos. As mais comuns citadas foram: os gritos de incentivo (77%), cantar o hino do clube (54%) e xingar a arbitragem (55%). Não menos relevante, outros ritos também foram mencionados, entre eles: os tiques nervosos (35%), por exemplo, puxar os próprios cabelos, morder a roupa, bater na mesa, “pensar em voz alta”, narrar o jogo; os rituais religiosos (13,5%), gritam-se frases curtas em oração com os braços erguidos, ajoelham-se com mãos unidas, beijam símbolos sagrados, entre outros. Os aspectos percebidos nos bares de Montes Claros, enquanto se torce por um time de futebol, são também observados nos estádios. Dessa forma, como ressaltado por [Abrantes \(2015, p. 66\)](#), “é possível dizer que com o torcedor nos bares a

situação é similar. Cantam, comemoram, xingam e instruem os jogadores como se estivessem nos estádios”.

## Conclusão

No desfecho deste artigo, as análises a partir os dados coletados convergiram em direção aos seguintes estudos: [Gastaldo \(2005a, 2005b\)](#), em bares da região metropolitana de Porto Alegre; [Azevedo & Santos \(2008\)](#) e [Barral \(2012\)](#), em bares do Distrito Federal; [Origuela & Silva \(2013\)](#) e [Origuela \(2014\)](#), em bares de Piracicaba; [Abrantes \(2015\)](#), em bares da cidade de Belo Horizonte.

Apesar da distância entre as cidades supracitadas, e das características de pertencimento clubístico próprias de cada uma, a dinâmica da assistência aos jogos em bares se mostrou bem

semelhante à de Montes Claros, coexiste um *modus operandi* similar, parecido desde a chegada dos torcedores até o momento em que se dispersam na saída. A gestualidade, a vestimenta, a verbosidade, o nervosismo, são marcas indelévels de grande parte dos torcedores que escolhem acompanhar o seu time de futebol nos bares, independentemente da região abordada.

Em Montes Claros, cidade onde o pertencimento clubístico se divide prioritariamente entre o Atlético Mineiro e o Cruzeiro, o bar assemelha-se a um estádio de futebol, pois, como observado, a comodidade, a distância e o preço exorbitado dos ingressos, atualmente, dificultam e inviabilizam a frequência aos estádios.

Ao assumir o bar como local de assistência, o torcedor/cliente mantém trejeitos inerentes ao estar no estádio. Na atmosfera dos bares, a maioria se reúne em função de um objetivo comum, assistir ao jogo. Dessa forma, as interações sociais tornam-se perceptíveis e quase inevitáveis, pois há relações interpessoais de diversos significados.

Ficou nítido que o “clima” do jogo transmitido pela TV subsidia o humor da plateia. A ansiedade, a euforia, a alegria ou a decepção, são alguns dos ingredientes que fazem o momento transcender a mera assistência, transformam-no em algo significativo para os sujeitos. Por fim, o bar agrega elementos das relações humanas que são próprios do assistir ao futebol e que podem ser acessados também no estádio.

Enfim, sobre futebol e lazer, o estudo aqui em questão concordou com [Lages & Silva \(2012, p. 10\)](#), quando afirmaram que “tanto um indivíduo que vivencia tal atividade de forma direta (jogar), quanto aquele que vivencia de forma indireta (torcedor), pode fazer parte do mundo futebolístico, bem como experimentar diferentes manifestações de lazer”.

## Financiamento

O presente trabalho não contou com apoio financeiro de qualquer natureza.

## Conflitos de interesse

Os autores declaram não haver conflitos de interesse.

## Referências

- Abrantes FV de P. Quando o bar se torna estádio: um estudo acerca do torcer em bares de Belo Horizonte. Belo Horizonte: Universidade Federal de Minas Gerais; 2015, Dissertação de mestrado em estudos do lazer.
- Azevedo AA de, Santos D. Os torcedores nos bares do DF: secundarização, identificação e sociabilidade na capital. In: Azevedo AA de, editor. Torcedores, mídia e políticas públicas de esporte e lazer no Distrito Federal. Brasília: Thesaurus; 2008.
- Bandeira GA, Seffner F. Futebol, gênero, masculinidade e homofobia: um jogo dentro do jogo. Espaço Plural 2013(24):246–70.
- Barral GLL. Tese de doutorado em sociologia Nos bares da cidade: lazer e sociabilidade em Brasília Tese de doutorado em sociologia. Brasília: Universidade de Brasília; 2012.
- Correia MCB. A observação participante enquanto técnica de investigação. Pensar Enfermagem Set 2009;13(2):30–6.
- Dumazedier J. Sociologia empírica do lazer. São Paulo: Perspectiva; 1979.
- Elias N, Dunning E. Memória e sociedade a busca da excitação. Lisboa: Difel; 1992.
- Gaelzer L. Lazer: bênção ou maldição? In: Groppo LA, editor. A participação social dos excluídos. Porto Alegre: Sulina; 1979.
- Gastaldo E. A recepção coletiva de futebol midiático: apontamentos etnográficos. In: Anais do 15. Encontro anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-graduação em Comunicação; 2005a jun 01-04; Niterói, Brasil.
- Gastaldo E. O complô da torcida': futebol e performance masculina em bares. Horizontes Antropológicos 2005b;11(24):107–23.
- Gastaldo E. Futebol e sociabilidade: apontamentos sobre as relações jocosas futebolísticas. Esporte e Sociedade [periódicos na internet]. 2006 Jul [acesso em 29 dez 2017]; (3) Disponível em: <http://www.uff.br/esportesociedade/pdf/es304.pdf>.
- Gil AC. Métodos e técnicas de pesquisa social. 6ª. ed. São Paulo: Atlas; 2012.
- Gomes CL. Metodologia da pesquisa aplicada ao lazer. Brasília: Sesi/Unisese; 2005.
- Gomes CL. Dicionário crítico do lazer. Belo Horizonte: Autêntica; 2004. p. 119–25.
- Lages CEDM, Silva SR da. Futebol e lazer: diálogos e aproximações. LICERE [periódicos na internet]. 2012 Mar [acesso em 20 dez 2017]; 15(1) Disponível em: <https://seer.ufmg.br/index.php/licere/article/view/467>.
- Origuela MA, SILVA CL da. Apontamentos sobre a assistência aos jogos de futebol pela televisão. In: Anais do 18. Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste; 2013 jul 03-05; Bauru, Brasil.
- Origuela MA. Futebol e cultura: assistência aos jogos em um bar na cidade de Piracicaba-SP. Piracicaba: Universidade Metodista de Piracicaba; 2014, Dissertação de mestrado em educação física.
- Tírigo NB, Camargo LO de L. Um novo modelo para aferição de preferência clubística de futebol. Esporte e Sociedade [periódicos na internet]. 2013 Set [acesso em 07 dez 2017]; 8(22) Disponível em: <http://www.uff.br/esportesociedade/pdf/es2204.pdf>.