

AS IMPLICAÇÕES DA FORÇA SIMBÓLICA DAS INSTITUIÇÕES E DA IDEIA DE PERTENCIMENTO A UMA COMUNIDADE: O CASO DA PAIXÃO POR UM TIME DE FUTEBOL ENTRE ESTUDANTES UNIVERSITÁRIOS

Cassiano dos Santos Gottlieb¹
Luciane Maria Wagner Raupp²

Resumo

Este artigo tem como propósito explorar as relações simbólicas das instituições e da ideia de pertencimento a uma comunidade por parte de estudantes de nível superior. Para isso, escolheu-se como objeto de pesquisa os torcedores universitários do Grêmio Fott-Ball Porto Alegrense, clube de futebol do Rio Grande do Sul. A finalidade é determinar as causas que indicam a afeição existente entre torcida e instituição. O referencial teórico reúne temas relacionados ao poder simbólico, ao sentido de pertencimento e faz um recorte sobre a história do Grêmio, instituição futebolística de 115 anos. O método utilizado é a análise de conteúdo, com a realização de uma pesquisa de campo, do tipo qualitativa e quantitativa. A interpretação dos dados coletados busca extrair, por meio de entrevistas com indivíduos pertencentes a duas gerações distintas de torcedores, se os vínculos de pertencimento com a instituição são movidos por influências distintas. Por se tratar de um clube centenário, diversos grupos fizeram parte da instituição. Os resultados indicam o nível de intensidade com que a agremiação está presente na vida de seus aficionados, o que prepondera para que seja o Grêmio o clube da preferência, além de quais ações desenvolvidas pelo clube causam maior efeito. O trabalho avalia um aspecto que possui um grau de subjetividade, que é o sentimento. Em função disso, todas as etapas foram seguidas para avaliar como o torcedor gremista aceita e replica o poder simbólico praticado pela instituição e de que forma essa comunicação é efetuada, a fim de compreender o sentido de pertencimento existente.

Palavras-chave: Grêmio. Poder Simbólico. Comunidade. Comunicação.

Abstract

This article aims to explore the symbolic relationships of institutions and the idea of belonging to a community by higher level students. For this, we chose as research object the university fans of Grêmio Foot-Ball Porto Alegrense, soccer club of Rio Grande do Sul. The purpose is to determine the causes that indicate the existing affection between fans and institutions. The theoretical framework brings together themes related to symbolic power, the sense of belonging and makes a cut about the history of Grêmio, football institution of 115 years. The method used is content analysis, with a qualitative and quantitative field research. The interpretation of the

¹ Acadêmico do Curso de Publicidade e Propaganda das Faculdades Integradas de Taquara – FACCAT. E-mail: cassianogottlieb@sou.faccat.br

² Professora das Faculdades Integradas de Taquara – FACCAT. Doutora em Letras. E-mail: luianeraupp@faccat.br

collected data seeks to extract, through interviews with individuals belonging to two distinct generations of fans, if the ties of belonging with the institution are moved by different influences. Because it is a centennial club, several groups were part of the institution. The results indicate the level of intensity with which the association is present in the life of its fans, which makes Grêmio the club of preference, and which actions developed by the club have the greatest effect. The work evaluates an aspect that has a degree of subjectivity, which is the feeling. As a result, all steps have been followed to assess how the gremista fan accepts and replicates the symbolic power practiced by the institution and how this communication is effected in order to understand the existing sense of belonging.

Keywords: Guild. Symbolic power. Community. Communication.

1 Introdução

Há mais de um século, o futebol é um dos assuntos mais falados, entre os brasileiros. O interesse despertado pelo futebol tem o poder de unir todas as classes sociais, do mais rico ao mais pobre. Pode educar, tal qual divertir. Coelho (2006) destaca que essa modalidade de esporte alcançou uma imensa repercussão entre segmentos importantes da sociedade, de extrema influência, o que ajudou na popularização do futebol em todas as camadas brasileiras e criando vínculos com elas. A compreensão dos fatores que contribuem para esse sentimento necessita um estudo bastante aprofundado.

Bauman (2003) ressalta o bem que faz ao indivíduo sentir que pertence a uma comunidade. Ele se sente seguro e com a certeza de que no momento de dificuldade, haverá acolhimento. A comunidade pode não estar ao alcance, mas se quer viver nela. Ela não é um objeto físico, porém é um espaço saudável de frequentar. Nesse sentido, pertencer à torcida de um clube é estar em um ambiente no qual praticamente todos buscam o mesmo objetivo, ou seja, existe afinidade. Em relação às torcidas de futebol, o que as unem são as paixões clubistas, em sentido amplo, com o apreço pelo futebol, mas especialmente pela escolha de uma instituição futebolística para torcer.

Além da sensação de pertencimento a uma comunidade, há algo maior: O fato de torcer por um clube também tem fortes componentes simbólicos. Compreendendo o papel do imaginário na estrutura de formação do ser humano, Durand (2002) aborda as imagens como um meio de entender o pensamento

humano. Ele fala que a intimidade é uma conclusão da fantasia. Aproxima do desejo pretendido. Algo é idealizado, para, a partir disso, tornar-se íntimo, uma parte importante da vida. É justamente por essa intimidade, essa proximidade, mesmo que de forma simbólica e inconsciente, que os times de futebol se tornam uma parte importante da vida do indivíduo. Essa ideia de proximidade, de intimidade, trata-se de comunidade. É, portanto, a sensação de pertencer a algo maior que si mesmo, com a soma de indivíduos, cultivando a ideia de não estar só, de ser importante: apesar de estar na multidão, ele é parte importante para que ela se constitua.

Para o artigo aqui projetado, pretende-se entender como se dão as relações de pertencimento e de simbolismos inconscientes em relação ao futebol. Por questões de recorte, escolheu-se um clube especificamente, o Grêmio Foot-Ball Porto-Alegrense. Trata-se de uma entidade esportiva, destinada ao futebol, que possui simpatizantes em todo o mundo, com foco maior deles, no estado do Rio Grande do Sul. Buscar compreender o que leva uma pessoa a se sentir peça de uma instituição futebolística e traçar o perfil desse cidadão, identificar suas características e os seus critérios de afeição compõem o centro do estudo estabelecido. Nesse sentido, é fundamental entender os impactos que a instituição Grêmio Fott-Ball Porto-Alegrense exerce no imaginário e nas relações de afeto das pessoas. Essa necessidade de entendimento diz respeito tanto ao surgimento dessa paixão, passando pela sua maturação e pelas consequências que ela deixa no dia a dia.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Para uma maior compreensão do tema pesquisa, é necessário haver um detalhamento aprofundado dos elementos que compõem o objeto de estudo. É preciso estar bem claro como são constituídos o poder simbólico e o sentimento de pertencimento, para que haja uma análise consistente quanto aos perfis dos estudantes universitários.

2.1 Poder Simbólico

No contexto dos estudos da Comunicação Social, os estudos acerca dos símbolos e de suas influências sobre o comportamento humano são importantes

porque auxiliam no entendimento sobre esse indivíduo. Bourdieu (2005) diz que, em um universo onde o poder está em cada canto, mesmo quando não é reconhecido, sem nunca o ter visto, é preciso saber onde habita. É algo oculto, simbólico, que não aparece diante dos olhos das pessoas. O poder é exercido em todos os cantos do universo e nas mais diferentes situações. Porém, o uso dessa autoridade pode ter diferentes níveis de intensidade. Conforme o autor destaca, o segredo para estabelecer o poder simbólico é identificar onde e em quais momentos, o poder pode ser representado de forma que não consiga ser percebido. Ele é executado de maneira inconsciente, subliminar, sem precisar ser mencionado. Os símbolos designam de que forma esse poder irá acontecer.

Os símbolos, de acordo com os conceitos da Semiótica, estão plenamente preparados para reproduzir aquilo que se quer que representem. Santaella (2002) cita como exemplo a bandeira brasileira. Ela representa o Brasil, que é um território social, política e geograficamente delimitado. Acordos sociais, segundo a autora, agem no papel de lei, levando com que um símbolo represente o seu objeto. O símbolo terá, no seu objeto, toda a referência que compreende a circunstância de sua aplicação. É um recorte específico feito do seu contexto de referência.

Por seu turno, Bourdieu (2005) defende que os símbolos possuem grande influência sobre os indivíduos, pelo fato de as relações de força que neles se apresentam se revelarem em forma de relações de sentido. O poder das palavras, o que as faz serem expressivas, são as crenças em sua legitimidade, como destaca o autor. Trata-se do significado que essas palavras possuem. Iniciando a base conceitual sobre poder simbólico, Bourdieu (2005, p.15) trata-o da seguinte forma: “O poder simbólico, poder subordinado, é uma forma transformada, quer dizer, irreconhecível, transfigurada e legitimada, das outras formas de poder”.

As palavras do autor ressaltam que, de todas as formas de poder existentes, o poder simbólico é o que age com mais influência, mesmo sendo o de menor imposição. Cada poder diferencia-se conforme é produzido e apropriado por um grupo ou por um conjunto de especialistas. O poder simbólico atua nas estruturas, por meio de repetições, construindo uma realidade em torno dos símbolos. Quando se fala em clubes de futebol, coloca-se em destaque o fato de ser o futebol um esporte de alta popularidade, que faz parte da cultura brasileira. A linguagem que comunica, no futebol, é o jogo dentro de campo, a competição. Os clubes existem para se confrontarem e buscarem cada um os seus objetivos. Por trás disso, estão

os indivíduos que apaixonados pela modalidade esportiva, escolhem uma instituição para serem torcedores, criando laços afetivos com ela. Uma série de valores emocionais liga o cidadão ao clube do qual ele é adepto. Esses valores passam diretamente pelo trabalho organizacional de engajamento que a instituição fará nas mais diversas frentes de sua estrutura. Dessa forma, ela está exercendo o poder simbólico com o seu torcedor.

Durand (2002) ressalta que os símbolos se desenvolvem a partir do que é estabelecido como o grande foco de interesse de um pensamento. Um exemplo é o simbolismo religioso e literário. Existe uma ordem de motivação, que é baseada em uma norma classificativa para esses simbolismos. A percepção de um acontecimento leva a diferentes imaginações sobre ele. No momento em que existe um significado para determinado acontecimento, está sendo formado um símbolo. Com essa percepção, é possível compreender como se forma a imaginação.

2.2 Sentido de pertencimento

Estar em um ambiente em que sejam predominantes as sensações de bem-estar, conforto e segurança leva o ser humano a sentir-se em paz e seguro de suas decisões, convicto de seus objetivos e preparado para os desafios que o espera. Bauman (2003) trabalha muito o vocabulário humano refletindo o papel que cada palavra exerce na mente do indivíduo, a sensação que ela transmite e o sentido existente. Um dos vocábulos destacados pelo autor é comunidade. Estar entre amigos, criar grupos, consolidar relações, formar vínculos são associações que “comunidade” faz para a percepção humana. Pertencer a uma comunidade é estar entre pessoas nutridas pelo mesmo objetivo, a mesma causa, o mesmo desejo. Há parceria, troca de experiências e uma torcida mútua para que as coisas deem certo, sempre em prol de um coletivo. Estar em comunidade é atingir essas satisfações, não sempre conseguidas no dia a dia. Bauman (2003, p. 9) trata comunidade como “O tipo de mundo que não está, lamentavelmente, ao nosso alcance – mas no qual gostaríamos de viver e esperamos vir a possuir”. O ser humano se identifica com um determinado grupo ou forma de pensar. Ele sente a falta de algo que o possa deixar fortalecido e animado para a condução do seu dia a dia. É necessário existir uma causa, uma causa, um movimento, um engajamento que este indivíduo possa se inserir.

Algo incessantemente perseguido entre a humanidade é a busca pelo reconhecimento. Segundo Bauman (2003),

Com todas as suas ambições universalistas, a consequência prática do apelo aos 'direitos humanos' e da busca de reconhecimento é uma situação envolvendo sempre novas frentes de batalha e um traçar e retraçar das linhas divisórias que propiciarão conflitos sempre renovados (BAUMAN, 2003, p. 70).

Buscar que algo seja reconhecido representa que não se está falando de algo que seja unânime. Portanto, há um debate um diálogo, um convencimento daquela proposta, conceito ou movimento. Além disso, jamais uma ideia ou pensamento serão únicos. Existe o contraponto, que diverge e tem uma outra linha de raciocinar. Essas duas frentes vão se opor em situações que surgirem, estimulando essas correntes.

Dentro da vasta linha de pensamentos da sociedade, o autor salienta que existe também um número vasto de culturas. O conhecimento sobre cada uma delas é muito importante para que o ser humano possa identificar qual delas se aproxima de suas convicções, o tornando melhor e mais familiarizado, possibilitando um engajamento que o leve a sentir-se parte daquele processo. Não existe uma certeza sobre quais as melhores tendências de comportamento que devem ser seguidas, quais valores devem ser cultivados, a não ser que se faça parte de um grupo – social, religioso, étnico, familiar, comunitário – que tenha um conjunto de regras morais, éticas, comportamentais que indiquem um norte. Todos podem possuir solidez e serem válidos. Para romper as dúvidas e os temores que afetam o ser humano sobre determinada escolha e a possibilidade de êxito nela, existe a conquista e o desejo. A cultura possui esse papel de cativar o indivíduo, que se enxerga como parte daquele contexto, levando-o a buscar pertencer a ele.

Dentro do processo de ocupação da preferência de cada ser humano, as informações chegam em grande quantidade e com uma imensa capacidade de alcance. Ianni (1999) salienta que o globalismo é um combustível para o regionalismo. Vários fatores são envolvidos para esse estímulo, como, por exemplo, aspectos familiares, como também o local onde se está situado. As forças externas influenciadoras também executam grandiosa influência. É uma rede de motivos, que auxiliam no entendimento desta prática. Um exemplo são os direcionamentos que a mídia pode dar a um comportamento, buscando atender e valorizar a sua localidade.

Ianni (1999, p.106) diz que “[...] pelas características de cada um dos sistemas econômicos regionais existentes no mundo atual, alguns são mais estruturados e dinâmicos, ao passo que outros revelam-se [sic] ainda incipientes ou pouco ativos”. Os movimentos que já possuem uma formação de tempo mais duradoura possuem tendência a serem mais aceitos. Um novo movimento, quando surge, atravessa um processo inicial. Para o autor, é buscada a adesão, para, a partir disso, existir um crescimento e, por fim, uma maturação da proposta estabelecida. Com a finalidade de ter sucesso, é preciso que haja muita cooperação das partes envolvidas. A obtenção de triunfo em uma proposta está diretamente relacionada com o que as pessoas pretendem receber. As forças sociais estabelecem a cultura no indivíduo, pois trabalham diretamente no pensamento dele. O ser humano que estiver inserido em uma sociedade que possui determinado comportamento, podendo ser, por exemplo, uma região que trabalha um aspecto local, é estimulado a seguir aquele hábito.

O escritor também destaca que o regionalismo trata-se de uma forma de pertencimento, pois ele está criando ou recriando uma realidade própria, específica, que se diferencia das demais. Essa realidade é demonstrada e vivida com orgulho. Dentro da sociedade global, esses núcleos se destacam e se diferenciam. É possível até dentro de um mesmo aspecto regional existente haver uma divisão de formas de pensamento para ele. Um exemplo que Neves (2017) menciona é o Rio Grande do Sul e a paixão existente em parte da população gaúcha pelo futebol e, por consequência, pelos dois clubes mais representativos do estado, que são o Grêmio Fott-Ball Porto Alegrense e o Sport Club Internacional.

Mesmo dentro de uma cultura própria muito enraizada, como a existente no Sul do Brasil, com tradições e valores culturais bem definidos, é possível haver uma divisão entre esse povo, quando o assunto passa a ser o futebol e o clube de preferência de cada indivíduo. Quando o regionalismo é muito forte, como no caso do Rio Grande do Sul, o extremismo também é um fato que se faz presente. Ianni (1999) vê o regionalismo como um fenômeno que se contrapõe, por exemplo, ao globalismo. O global significa expandir, tornar algo universal para todos. Já o regional cria uma própria realidade. Dentro de um conjunto de regras e costumes seguidos por todos, é estabelecido um modo de agir e pensar paralelo.

A evolução dos períodos traz, para os dias contemporâneos, a formação de diversas culturas, que podem ser formadas das mais diversas possibilidades. Suas

atribuições se dão em formar na mente do indivíduo a construção de um pensamento sobre determinado assunto, como também dar uma organização para as ações que serão tomadas por ele. Os sentimentos produzidos pela cultura proporcionam a identificação. E ela torna a pessoa identificada, alguém que irá seguir aquela tendência, aquele comportamento. Em razão de se sentir parte daquele universo, há uma satisfação quando se está nele. Neto e Bezzi (2008) afirmam que os rumos de um local e sua natureza são movidos pelas pessoas, de acordo com os desejos delas. Tais desejos vêm da cultura adquirida. Portanto, é mantido o vínculo regional nas ações realizadas e no comportamento como sociedade. Há uma base muito sólida construída. Dentro dessa construção, as gerações vão a alimentando e fortalecendo.

Neves (2017) ressalta que há um orgulho e um bairrismo tão excessivo pelas terras gaúchas, que tudo acaba se transformando em máximo ou mínimo. O meio termo é muito complicado de estar presente. E nisso surgem as rivalidades. Nessa linha de raciocínio, ela afirma:

O imaginário social do Rio Grande do Sul, além das características que compõem o ethos do personagem típico, carrega outro atributo discutível: a dicotomia. No estado estereotipado pelo oito ou oitenta, qualquer que seja o assunto, coexistem apenas os 2 lados da moeda: ou você é chimango ou maragato, ou coxinha ou petralha, ou Grêmio ou Inter. Se for Inter, tem que ser anti-Grêmio. E vice-versa (NEVES, 2017, p.2).

Conforme os exemplos referidos pela autora, constata-se o tamanho da força que o regionalismo pode possuir, sendo mais um integrante do processo de globalização e não um opositor a ele. Flores (1996, p.9) afirma que: “A história regional é a memória coletiva de um grupo, que tem consciência de ser diferente por seus elementos culturais, moldados durante sua formação. Os gaúchos carregam consigo, em qualquer localidade que estejam, um orgulho imenso em se declarar sendo do Rio Grande do Sul. Isso se deve aos elementos culturais existentes no território, especialmente construídos ao longo dos séculos, marcados por lutas e reivindicações. O indivíduo cresce sendo influenciado por costumes tipicamente locais, histórias de conquistas, de vitórias, de valorização ao que está diante dos olhos. Seu comportamento vai sendo forjado. Na sua fase madura, está cercado de memórias e hábitos.

2.3 Grêmio Fott-Ball Porto-Alegrense: uma história centenária

De acordo com Bueno (2005), Cândido Dias da Silva, paulista de Sorocaba do Sul, no ano de 1903, morava em Porto Alegre e possuía uma bola. No mês de setembro daquele ano, o Sport Club Rio Grande, clube de futebol da cidade de Rio Grande, fez uma partida de exibição para os moradores da capital gaúcha. Enfrentaram-se o time titular e o reserva da equipe da região sul do estado. No intervalo dessa partida, a bola do jogo esvaziou, e Cândido, que estava com a sua entre os braços assistindo à partida, emprestou-a e o jogo teve continuidade. Ao final do jogo, em agradecimento, os jogadores que entraram em campo, deram instruções para Cândido, de como formar um clube de futebol. O autor destaca que, a partir da bola, surgiu em 15 de setembro de 1903, por meio de seu fundador e primeiro torcedor, Cândido Dias da Silva, o Grêmio Fott-Ball Porto-Alegrense.

Para que o Grêmio entrasse em campo, era necessário que houvesse um uniforme. Sete dias após a fundação do clube, foi definida a sede em que ele se situaria. A rua Santa Catarina, república em que Cândido vivia, foi o primeiro território da entidade. Naquele local, foi estabelecida a primeira diretoria. O comerciante Carlos Bohrer foi o primeiro presidente gremista. Joaquim Ribeiro, colega de Cândido na república, tornou-se o vice-presidente. E Cândido Dias ficou com a incumbência de ser o responsável pelos pertences da equipe. Após essa definição, no dia 30 de setembro de 1903, houve uma reunião para definir como seria o uniforme do Grêmio. E se estabeleceu que o fardamento seria composto por boné, calções e meias escuras, gravata branca, calçados claros e camiseta com listras azul e havana, orientais, além de uma faixa branca na cintura. Porém, logo no ano seguinte, o Grêmio deixou de trajar havana e adotou o uniforme que era metade preto, metade azul. Em 1928, o clube adotou o modelo que utiliza até os dias atuais, com listras verticais azuis, pretas e brancas. Bueno (2005, p.34-35) expõe o que pode ter levado a instituição a não fazer uso da cor havana: “Corre uma versão de que o Grêmio jamais vestiu a camisa havana e azul simplesmente porque a inusitada cor de burro quando foge estava em falta no comércio”.

Figura 1 – Primeiro time da história do Grêmio (1903)



Fonte: Vilches (2005).

O futebol é um esporte criado pelos ingleses. Essa modalidade esportiva possui a capacidade de criar vínculos entre os indivíduos e também grandes diferenças, especialmente no que abrange as rivalidades clubistas. Fundado em sua origem pelas elites, logo se popularizou e passou a atingir todas as camadas da sociedade. Com isso, mantém a sua importância até os dias atuais, visando romper desigualdades sociais e raciais, embora o esporte ainda possua manifestações desse cunho. Stein (2015) destaca que o futebol na década de 1930 viveu o grande salto de popularização no Brasil. A campanha de destaque da seleção brasileira de futebol na Copa de 1938, sendo o país mostrado para o mundo, mesmo sem a conquista ter sido obtida, foi importante dentro deste crescimento.

Em paralelo à seleção nacional, estão os clubes de futebol. Eles têm o papel de fornecer os atletas que representam a nação. Além de dentro de suas localidades, fomentar a paixão e estimularem o apreço pelo esporte, com eventuais rivalidades e uma busca incessante pela competitividade. O Grêmio Fott-Ball Porto Alegre é um desses exemplos de instituição. Lima (2014) destaca que, após transitar por várias localidades de Porto Alegre nos seus primeiros momentos de história, o clube viu a necessidade de se fixar em um único território e assim poder receber os espectadores, que já estavam o acompanhando. Surgiu, portanto, o

estádio da Baixada, situado no bairro Moinhos de Vento. Ele serviu de casa para o Grêmio durante 50 anos. Naquela localidade, jogadores importantes passaram, títulos de âmbito estadual, além de clássicos, entre eles o mais marcante tendo sido o primeiro Gre-Nal, termo dado ao enfrentamento entre Grêmio e Internacional, os dois maiores clubes do Rio Grande do Sul em conquistas e popularidade. O clássico realizado no ano de 1909 teve vitória de 10 a 0 para o Grêmio.

Após cinco décadas tendo como posse o estádio da Baixada, o Grêmio constatou a necessidade de atender aos seus torcedores com mais conforto e principalmente espaço. O clube em 19 de setembro de 1954 inaugurou o estádio Olímpico. Naquele momento, a mudança de sede estabelecia ao Grêmio Fott-Ball Porto Alegrense a possibilidade de levar mais pessoas ao convívio de suas partidas de futebol. A capacidade do estádio, quando de sua abertura, abrangia 38 mil espectadores. O projeto inicial do estádio Olímpico, desenvolvido por Plínio Almeida, estabelecia o fechamento total do estádio, com dois andares, o anel superior e inferior. Estava já sendo planejamento o crescimento que a instituição vislumbrava obter.

Com o futebol cada vez mais enraizado como a modalidade esportiva preferida dos brasileiros, os meios de comunicação possuindo um alcance maior e levando informação para as pessoas, o número de adeptos só fazia aumentar e era o momento de finalizar o projeto original do local. Rizzatti (2012) destaca o papel de um dirigente, Hélio Dourado. Ao assumir a presidência do Grêmio em 1976, colocou como maior objetivo a ampliação do estádio. Faltava construir 13 módulos. Com poucos recursos, o Grêmio iniciou uma campanha de cimento.

O dirigente pessoalmente percorreu todo o estado do Rio Grande do Sul, buscando a doação de cimento ou dinheiro. Essa ação trouxe ao torcedor gremista o sentimento de que o estádio Olímpico também era dele, pois ele estava ajudando na sua construção, com o dinheiro do seu trabalho e do seu esforço. Junto com o estádio, construiu-se também a ideia de pertencimento, o que contribuiu de forma muito expressiva o crescimento estrutural da instituição e para a fidelização do torcedor. A campanha foi um sucesso, com o Grêmio no ano de 1980, inaugurando o que passou a chamar de Olímpico Monumental. Após 58 anos com o estádio Olímpico como casa oficial, o Grêmio novamente modificou a sua sede. Saiu do bairro Azenha, para outro bairro de Porto Alegre.

Com a parceria da construtora OAS, inaugurou em 8 de dezembro de 2012, a Arena do Grêmio. Segundo o site oficial do time (Grêmio.net.), o atual estádio gremista atende aos requisitos exigidos para os principais estádios do mundo. A construção da Arena ocorreu devido à constatação de que a antiga casa da instituição não suportava mais receber e dar condições boas para eventos de grande circulação de pessoas. O torcedor de acordo com a visão do clube obtém com a nova casa, benefícios de comodidade que no estádio Olímpico, já não mais estava obtendo.

2.3.1 Hino e escudo

Um tipo de canção utilizado para enaltecer ou cultivar o que é considerado positivo em um local, instituição ou religião, são os hinos. Eles possuem um aspecto impositivo de respeito quando estão sendo entoados. O hino nacional é o maior exemplo de destaque neste aspecto. Trata-se da demonstração máxima de consideração pelo país, sua entoação e deferência. Mas nem sempre esse papel cívico é respeitado em sua integralidade. E um dos locais no qual o hino nacional não é a música mais valorizada, conforme Venancio (2014) ressalta, são os estádios brasileiros de futebol. Neles, existe um hino que para os espectadores, amantes do futebol, tem uma importância maior e um culto por vezes até sagrado, que é o dos clubes de futebol.

O futebol e a forma com que o torcedor a enxerga, tem aspectos bem particulares. A razão é substituída em muitas oportunidades pelo sentimento e a música com sua melodia, consegue trabalhar bem com essas emoções. Transitam dentro do imaginário humano e reforçam a identidade dos clubes, pois dentro de cada letra de hino dos mais diversos clubes, tanto no Brasil, como fora dele, é possível escutar aspectos e fatos diretamente ligados a essas agremiações. Um dos compositores que trabalhava suas composições dentro dessa linha de execução foi o gaúcho Lupicínio Rodrigues. Ele compôs um hino comemorativo aos 50 anos de existência do Grêmio Fott-Ball Porto Alegrense, celebrados em 1953. Em razão do grande sucesso que a música obteve, a marcha do cinquentenário, como era chamada, transformou-se no hino oficial do clube, sendo utilizado até os dias atuais pela instituição. Silva (2006) mostra como é a letra do hino do Grêmio:

Até a pé nós iremos
para o que der e vier
mas o certo é que nós estaremos
com o Grêmio onde o Grêmio estiver
Cinquenta anos de glórias
tens imortal tricolor
os feitos da tua história
canta o Rio Grande com amor
Nós como bons torcedores
sem hesitarmos sequer
aplaudiremos o Grêmio
aonde o Grêmio estiver
Lara o craque imortal
soube seu nome elevar
hoje com o mesmo ideal
nós saberemos te honrar (SILVA, 2006, s/p)

Conforme Lupicínio ressaltou na letra que virou o hino oficial do Grêmio, o sentimento do torcedor é expresso na composição. É um hino escrito de forma que seja um relato dos gremistas, uma confissão de amor ao clube, ou ainda uma promessa de jamais o abandonar, reforçando não só a ideia de pertencimento, mas da obrigação de assim permanecerem. Seguindo o estereótipo de torcedores ideais, eles possuem por hábito dizerem que fazem qualquer coisa por suas instituições. Dívidas, promessas, empenham seus esforços em estarem sempre prestigiando a camisa que eles cultuam com especial afeto.

Outro símbolo que fortalece a identidade visual de uma instituição junto ao seu apreciador é o escudo. É a identidade da agremiação. A relação de afeto entre clube e torcedor tem intermediários que identificam facilmente que um é ligado ao outro. Basta alguém estar com o escudo de uma instituição para saber que se trata de um simpatizante desta marca. Reis e Kreutz (2014) destacam que o escudo do Grêmio Fott-Ball Porto Alegre não teve muitas modificações ao longo da história. 1903 foi o ano de sua criação, logo no primeiro ano de vida da instituição. A primeira bola utilizada pela equipe era o que representava a primeira imagem. Gomos com cores branca, azul e preta associavam a uma bola. Sessenta anos depois, em 1963, houve pequenas modificações no traço e na escrita, para que nos anos de 1980 fossem incorporadas três estrelas. A estrela de bronze representa os títulos nacionais. A estrela de prata representa as conquistas sul-americanas. E a estrela de ouro, que representa o título mundial, obtido pelo Grêmio em 1983. Conforme os autores ressaltam, o torcedor quer se envolver diretamente com o seu time de futebol. Ser participativo, atuante, engajado, tudo que disser respeito à instituição interessa-lhe. Jogos, campeonatos, jogador que é contratado ou dispensado,

aumento de patrimônio, novos fardamentos lançados. O clube vai muito além ao jogo de futebol. Seu aficionado consome a satisfação de torcer para ele, mas também é um amante fiel dos produtos que são comercializados. Em todos eles, está o escudo presente, o símbolo mais importante da instituição.

Figura 2 – Escudos do Grêmio ao longo da história



Fonte: Farias (2014)

2.4 Dualismo no Rio Grande do Sul

Uma rivalidade mais que centenária, uma disputa que sempre se mostra muito acirrada, constituída por confrontos que marcaram história e são lembrados até hoje: trata-se uma luta incessante em saber quem é o maior da cidade ou do estado. Esse é de acordo como Coimbra e Noronha (1994) relatam, o relacionamento entre Grêmio e Internacional, os maiores clubes em número de torcedores e conquistas, do Rio Grande do Sul. Desde 1909, quando do surgimento do Sport Club Internacional.

Prado (2012) vê o Gre-Nal como algo muito superior a um jogo de futebol. É um aspecto cultural do estado e da vida das pessoas. Uma partida de futebol tem 90 minutos, mais acréscimos. Porém, o clássico gaúcho não se restringe apenas a esse período. Ele é vivido todos os dias, em cada minuto, nas ruas, nas escolas, nos

bares, em shows. É um costume de parte dos gaúchos, quando encontra uma criança, fazer como primeiro questionamento se ela é gremista ou colorada, tamanho o sentimento de pertencimento existente.

Porém, é preciso salientar que o sentimento de rivalidade que existe é saudável e estimula o crescimento um do outro. Não há ódio entre as instituições. Pelo contrário, existe um respeito mútuo, que salvo eventuais exceções, se estende a gremistas e colorados, que vivem em plena harmonia. Coimbra e Noronha (1994) ressaltam que dirigentes citam que a razão do crescimento de Grêmio e Internacional, é saber que o rival está disposto a ficar na frente, lutando e trabalhando para isso. Os períodos de superioridade de um sobre outro são cíclicos e a virada de quem está inferiorizado ocorre por estímulos positivos que existem no lado vencedor. A história dos estádios de Grêmio e Internacional é um desses exemplos. Um sempre quer ter o melhor palco e mais imponente. O resultado dessa busca é o fortalecimento estrutural das duas instituições. E assim o Gre-Nal é mais que um acontecimento. Faz parte da rotina do dia a dia de quem gosta de futebol.

2.4.1 Os maiores ídolos

Outro instrumento de identificação de um indivíduo com uma instituição são os atletas que atuam nela e ficam marcados por bom desempenho e apreço do torcedor. O Grêmio Fott-Ball Porto Alegrense tem em seu estádio, na Arena do Grêmio, uma calçada da fama onde estão alguns dos personagens que fizeram história na agremiação. O site oficial do clube ³(Grêmio.net,) elenca alguns desses nomes, contando um pouco de suas trajetórias. Personagens como o zagueiro Ailton Pavilhão, de nome Pavilhão pois o Grêmio, na compra de Ailton junto ao antigo Força e Luz de Porto Alegre, como uma das formas de pagamento, deu o pavilhão do estádio da Baixada. Para os torcedores que presenciaram o jogador que chegou ao clube no ano de 1954, ele foi o maior zagueiro que já vestiu a camisa gremista. A zaga é um setor que contou com mais três atletas que estão na história do Grêmio. O uruguaio Hugo de Leon, Adilson e Pedro Geromel. Ambos foram capitães das conquistas de Libertadores da instituição, nos respectivos anos de 1983, 1995 e 2017.

³ Disponível em: <<https://www.gremio.net/herois>> Acesso em: 05 nov, 2018.

Alguns goleiros também possuem significativa história com a camisa do Grêmio. O primeiro, poucos viram jogar, mas defendeu a agremiação durante 16 anos. Trata-se de Eurico Lara. Goleiro que tem seu nome colocado no hino da instituição. De acordo com os registros oficiais, Lara se dedicava tanto ao Grêmio, que mesmo doente do coração e com recomendações médicas para não jogar, ele decidiu atuar contra o Internacional na final do Campeonato Farroupilha. O Grêmio venceu por 2 a 0 e foi campeão. Lara, dois meses após essa final, acabou falecendo e passou a ser considerado uma lenda do clube. Mazzaropi e Danlei também possuem papel de relevância na história do clube, pelo que fizeram como goleiro e pelos títulos conquistados. Nos dias contemporâneos, Marcelo Grohe tem o carinho dos torcedores.

A ausência de um grande número de informações e pessoas que viram Eurico Lara atuar, em razão época de sua existência criam muitos mitos em torno de sua passagem no clube. Uma das lendas é que ele teria morrido jogando futebol com a camisa do clube. Porém os dados indicam a morte por problema de coração, mas no hospital e não no campo de futebol.

Nenhum número de camisa da instituição faz mais sucesso que a 7 e os jogadores que atuaram nela pela equipe do Grêmio. Um dos símbolos desta história é o atacante Tarciso. Ficou no clube durante 13 anos. Chegou em 1973, enfrentou períodos de poucos títulos, mas em 1981 ganhou o Campeonato Brasileiro e, em 1983, a Libertadores e o Mundial de Clubes. Porém, a camisa sete se eternizou após ter sido a camisa que Renato Portaluppi utilizou.

Renato foi o autor dos dois gols do Grêmio na final do Mundial de 1983. A equipe derrotou o Hamburgo da Alemanha por 2 a 1. Renato, como jogador, também venceu a Libertadores de 1983 e dois Campeonatos Gaúchos, 1985 e 1986. Décadas depois, assumiu a função de treinador da equipe e também já está na história.

Werneck e Saldanha (2018) destacam que Renato conquistou 4 títulos como técnico do Grêmio: Copa do Brasil de 2016, Copa Libertadores de 2017, Campeonato Gaúcho e Recopa Sul-Americana de 2018. É considerado, dentro da instituição, o maior ídolo da história. Posteriormente à passagem de Renato como jogador no Grêmio, Paulo Nunes, envergando a sete na década de 1990, e Luan, nos dias atuais, também possuem história de títulos na instituição. Entre os treinadores, os personagens marcantes são Luiz Leão de Carvalho, que foi jogador,

treinador e presidente da instituição, conforme Nieland (2014) destaca. Ele deu o nome ao Centro de Treinamento que o Grêmio inaugurou em 2014, em frente à sua Arena. Valdir Espinosa, Luiz Felipe Scolari, Ênio Andrade e Adenor Leonardo Bachi conquistaram títulos expressivos a frente do Grêmio e também estão na galeria de grandes treinadores.

2.4.2 Conquistas e um torcedor símbolo

De acordo com o site oficial do clube (Grêmio.net), a instituição possui, em sua história, o total de 199 títulos. Destes, 167 são competições nacionais ou regionais. E 32 títulos são internacionais, conquistados fora do Brasil. As conquistas mais representativas e que geram maior destaque, são o título mundial de 1983, a Libertadores de 1983, 1995 e 2017. As Copas do Brasil de 1989, 1994, 1997, 2001 e 2016. O Campeonato Brasileiro de 1981 e 1996. A Recopa Sul-Americana de 1996 e 2018, mais 37 Campeonatos Gaúchos.

Os torcedores possuem, com a sua agremiação, uma relação de intimidade que leva cada um a ter história que considera especial. São muitos os torcedores que podem ser considerados símbolos do Grêmio, pela forma como são engajados em torcerem pela instituição. Bertoni (2010) destaca Salim Nigri como um torcedor símbolo do clube. Assim como outros torcedores do Grêmio, Salim tinha uma enorme devoção ao clube. O autor diz que “Na juventude ele criou e pintou numa faixa a frase “Com o Grêmio, onde o Grêmio estiver” (BERTONI, 2010, s/p). Lupicínio Rodrigues, seu amigo e compositor do hino do Grêmio, levou essa frase para o hino.

4 Apresentação, análise e discussão dos resultados

O conteúdo levantado nesse item, apresenta os resultados do questionário aplicado com estudantes universitários que são torcedores do Grêmio Fott-Ball Porto Alegre. Os dados levantados foram obtidos por meio da aplicação de um questionário com perguntas abertas e fechadas para 10 acadêmicos, torcedores da instituição gaúcha. Cinco desses estudantes possuem idade limite de até 20 anos. Os outros 5 entrevistados estão entre 21 e 30 anos. Para que a pesquisa tenha uma

análise sobre as influências que cada faixa etária de torcedores recebe, foi feita essa divisão.

4.1 Análise dos dados do questionário realizado com estudantes universitários do Grêmio Fott-Ball Porto Alegre

Todos os gremistas universitários de até 20 anos, de alguma forma, estão inseridos dentro do dia a dia da instituição. Mas não é de forma tão intensa, dentro do campo de análise pesquisado, uma vez que 80% dos torcedores questionados afirmaram ter um engajamento médio ou pequeno.

Em contrapartida, ao analisar a faixa de estudantes universitários gremistas de 21 até 30 anos, a maioria dos entrevistados possui um engajamento grande com o clube, totalizando 60%.

O maior tempo de convívio com o clube, conduz a um número maior de experiências. Por consequência, é criado um elo muito forte, contribuindo para que o engajamento seja mais acentuado. Além disso, destaca-se uma possível independência que a maior maturidade proporciona para os desejos de cada indivíduo. De semelhante entre ambas as faixas etárias está o fato de todos participarem, nem que seja minimamente, da vida do Grêmio.

Outra análise realizada, foi qual o fator mais preponderante na escolha do Grêmio Fott-Ball Porto Alegre como o clube de futebol preferido entre os estudantes universitários pesquisados. Ambos os grupos apresentaram a mesma tendência: o ambiente familiar. As 10 respostas obtidas apontaram para o mesmo direcionamento. O Grêmio, como uma instituição centenária, já formou diversas gerações, o que o torna um clube bastante tradicional⁴. Essa tradição é passada entre os familiares. Outro aspecto influenciador é o fato de a geração até 20 anos, analisada neste questionário, já ter nascido com o Grêmio tendo uma história vencedora. Trata-se de um grupo de pessoas que não presenciou o período em que a agremiação conquistou vários títulos, que foi a década de 1980, com o maior deles

⁴ Cabe, mais uma vez, reforçar o motivo pelo qual a análise dos dados foi dividida em dois grupos, de acordo com a faixa etária. De acordo com a idade, os torcedores presenciaram diferentes momentos do clube, com plantel diferente e conquistas igualmente diversificadas, considerando-se que, quanto maior o número de vitórias e de conquistas de campeonatos, mais entusiasmados ficam os torcedores.

tendo sido o Mundial de Clubes⁵. Seguindo a mesma linha sucessória, o grupo de 21 até 30 anos, com toda essa bagagem de sucesso, acompanhou a década de 1990. Essa época também foi bastante exitosa para a instituição, fortalecendo, dessa forma, os vínculos entre torcedor e clube. Com essa relação bem consolidada, a geração atual, que possui até 20 anos, sente-se segura e acolhida para que siga as influências dos familiares de mais idade, demonstrando preferência pelo Grêmio.

Esse desejo de pertencer a um grupo, identificando-se com ele e expressando essa identificação por meio da ostentação do símbolo desse grupo – no caso, a camisa do time, vem ao encontro do que teoriza Bauman, em sua obra *Comunidade*. Nesse sentido, é como se, ao usar a camisa, é como se o indivíduo se revestisse de uma aura de pertencimento, passando a não ser mais ele somente, mas como se partilhasse dos mesmos valores, das mesmas conquistas e dos mesmos sentimentos que todos aqueles que também portassem uma camisa igual. Em um contexto de tanta diversidade cultural, religiosa, política (entre outras), é como se o uniforme de um time pudesse, de certa forma, talvez uniformizar, embora muito levemente, o caos, dar certa sensação de ordenação, em, pelo menos, um aspecto da vida, para o qual cada um concederia a relevância que mais lhe aproovesse.

Outro aspecto que o questionário analisa, é de qual forma o poder simbólico e o sentido de pertencimento se manifestam nos estudantes universitários gremistas. Bueno (2005) salienta que a química entre instituição e torcedor é muito forte. Considerando-se que as análises sobre o contato inicial desse público com a instituição já foram desenvolvidas, é o momento de identificar o quanto o Grêmio está presente no dia a dia desses indivíduos.

Em relação ao uso da camisa oficial do clube, ambos os grupos pesquisados apresentam o mesmo percentual quando afirmam, no total de 60%, que a utilização se dá de forma eventual. Também existe igualdade no fato de ninguém afirmar que jamais utiliza a camisa. Cada um pode dar a relevância que bem lhe aproover para o uso da camisa, sendo uma questão de foro íntimo, pois cada indivíduo pode sentir diferentes necessidades de pertencimento, como uma espécie de válvula de escape para sentimentos de diferentes ordens. Esses sentimentos dependem dos valores

⁵ O grupo de torcedores gremistas com idade até 20 anos acompanhou de conquistas relevantes de títulos, as taças mais recentes, que são a Copa do Brasil de 2016, a Libertadores de 2017 e a Recopa de 2018. Já o grupo a faixa etária de 21 até 30 anos também agrega títulos como a Copa do Brasil de 2001 e parte deles, a Libertadores de 1995, a Recopa de 1996, o Brasileiro de 1996, além da Copa do Brasil de 1994 e 1997.

com os quais os torcedores revestem esses símbolos. Por isso, perguntou-se também, qual era o significado que eles dão a serem torcedores do Grêmio.

O questionamento deixou o estudante bem à vontade para manifestar o sentimento que possui em relação ao Grêmio Fott-Ball Porto Alegrense. Em relação às diferenças e similaridades de respostas entre os 2 grupos de faixa etária analisados, existe em comum o amor pela agremiação. Esse sentimento é descrito com mais ênfase pelo grupo de estudantes mais velhos. O número maior de experiências já vividas com o Grêmio pode contribuir para esse estreitamento mais forte dos laços de afetividade com a instituição.

Por outro lado, se cruzarmos os dados com a pergunta sobre a posse da camiseta, todos dizem que a tem, até mesmo aqueles torcedores não tão envolvidos com o clube, o que pode ser um dado importante acerca do marketing do clube e das vendas de produtos licenciados. Além disso, revela sobre um comportamento de consumo dos “símbolos” em torno do clube. Reis e Kreutz (2014) destacam a identidade visual que a instituição possui, através da mistura das três cores que carrega junto de si, o azul, o preto e o branco, o que se mostra bem presente no distintivo do clube.

Todos os questionados afirmaram que o sentimento da perda de um jogo ou de um campeonato é de tristeza. É possível constatar no grupo mais velho, uma maturidade maior em lidar com a derrota. 60% dos estudantes gremistas dessa faixa etária manifestaram que sentem tristeza quando ocorrem derrotas ou eliminações do Grêmio. Dentro dessa porcentagem, apenas um torcedor afirmou que se martiriza por vários dias, ficando até ranzinza. Entre os jogos que costumam ter uma repercussão maior no resultado, em função de toda a rivalidade existente, que polariza todo o estado do Rio Grande do Sul conforme Coimbra e Noronha (1994) ressaltam, é o clássico Gre-Nal. As emoções dos torcedores sempre ficam afloradas nos períodos desse enfrentamento. Constatou-se entre os torcedores também, uma tradição em ter apego em tudo que remeta a uma ligação com as cores, o distintivo da instituição.

As questões desenvolvidas direcionam que os torcedores entre 21 e 30 anos já possuem em sua maioria, uma participação muito mais atuante, na comparação com os gremistas de até 20 anos. Que em contrapartida apresentam algo em comum com o grupo mais velho. É o amor pela instituição, o que torna esse público um alvo muito rentável para ser investido pela instituição nas suas ações de Marketing. Da

mesma maneira, o grupo de menos idade também deve receber uma atenção especial das estratégias de Marketing, uma vez que eles representam o futuro da instituição. A nova geração de torcedores jamais pode ser deixada de lado pela agremiação, pois isso, além de impactar na perda de apelo com a faixa etária em questão, causará prejuízos nas gerações que virão na sequência. Wernek e Saldanha (2018) destacam o carinho que ídolos como o Renato Portaluppi despertam nos torcedores. O Grêmio deve com as novas gerações, trabalhar todos os aspectos positivos que determinam ser ele a instituição da preferência destes torcedores. Os ídolos, as conquistas, os planos de fidelização, a diversidade de produtos oficiais, são frentes que sempre deve ser prioridade.

5 Considerações finais

É inegável que, no decorrer deste estudo, houve a exploração de um tema bastante complexo, pois, quando se fala em sentimento, a mensuração do grau em que ele é atingido e da forma como é obtido requer uma análise extremamente aprofundada e cuidadosa, pois se está atravessado por subjetividades. Esse cuidado vem da consciência de que os indivíduos, inclusive os pesquisadores, são submetidos a forças simbólicas pelas instituições das mais diversas ordens. Elas possuem essa capacidade, que provoca implicações também diversas, como a ideia do pertencimento, sobre a qual se discorreu neste trabalho. Diante disso, foram estabelecidos objetivos para buscar um entendimento a respeito de como é inserida a paixão por um time de futebol, entre os estudantes universitários, no caso da presente análise, do Grêmio Fott-Ball Porto Alegre.

O primeiro passo foi entender as relações de pertencimento e simbolismo. A partir de contribuições de autores, foi possível identificar que o poder simbólico constrói uma realidade em torno dos símbolos, atuando nas estruturas por meio de repetições. As palavras ficam mais fortes, quando se acredita na autenticidade delas, existindo uma crença sobre o que está sendo dito. Em relação ao sentido de pertencimento, tornou-se precioso falar em comunidade. Estar junto de outros indivíduos que possuem o mesmo objetivo em comum é acolhedor, confortante. É o contexto do qual o cidadão quer estar, fazer parte – ou é levado a isso. Tendo esses dois conceitos bem fixados, tanto o poder simbólico, como o sentido de

pertencimento, foi desenvolvido um suporte de conhecimento para o objeto principal da pesquisa.

O Grêmio Fott-Ball Porto Alegre é o centro do estudo elaborado. Porém, ele é o elemento definido para que se consiga entender as relações simbólicas e de pertencimento das instituições no âmbito geral, focando no esporte e na modalidade de futebol, na qual tem um componente de extremo destaque, que é a competitividade. O desafio interior consiste em ser melhor que o oponente, o superar, vencer limites, derrubar adversidades. As instituições futebolísticas cumprem esse papel como postulantes a vencer partidas, conquistar campeonatos. Esse é um dos fatores que leva a criação da afeição entre agremiação e torcedor. Estar junto de quem vence e proporciona felicidade de grupo que fica ao redor faz bem, inspira a querer continuar naquele meio, passando a incentivar a apoiar ele no que for preciso.

Dentro dos objetivos específicos da pesquisa, foi necessário descrever o histórico do Grêmio, para que exista a análise das causas que os dois conceitos explicados acima, sejam proporcionados por essa instituição. Jogos importantes, histórias dos fardamentos, do escudo, títulos conquistados, ídolos principais, o dualismo presente no Rio Grande do Sul com o seu rival, Sport Club Internacional são elementos que construíram a identidade que o clube tem hoje com a sua torcida. Um clube de sucesso é construído por todos esses predicados, aliados a uma organização estrutural sólida. Campanhas fora das quatro linhas engajam o torcedor a ser um parceiro não apenas no ato de torcer, mas também de consumir os produtos licenciados, sendo um sócio em dia, que possua vantagens e benefícios, sendo, acima de tudo, um propagador dessa agremiação em suas respectivas rodas de convívio.

Em razão disso, o último objetivo foi analisar os perfis dos estudantes universitários, na relação com o Grêmio. Houve uma divisão entre dois grupos para essa análise. Uma faixa etária abrangeu estudantes universitários de até 20 anos. O outro grupo teve idade mínima de 21 anos e máxima de 30 anos. É notória a constatação de que o Grêmio Fott-Ball Porto Alegre, ao longo de sua história, trabalhou muito bem o engajamento e a criação de vínculos afetivos entre indivíduos e a instituição. Existe no futebol um fator que corre do alcance de todos, que é o resultado de campo. Não existe clube que vença sempre. É um esporte feito de ciclos, mas o trabalho de construção de identidade, de força, de apreço pela

instituição, leva com que o sentimento por ela seja independente a vitórias ou derrotas. A análise demonstrou que o torcedor gremista possui uma ligação afetiva muito forte com o Grêmio, que vai crescendo conforme a idade. O indivíduo, conforme o tempo vai passando, aumenta o seu engajamento, passando a sofrer mais com insucessos, a vibrar intensamente nas vitórias. A família tem uma interferência direta nos primeiros laços e no estímulo dessa paixão. Em função disso, é fundamental que o clube continue desenvolvendo além de times competitivos dentro de campo, ações e produtos que mantenham esse sentimento forte. A partir disso, as novas gerações serão conquistadas, com a mesma intensidade das anteriores.

Dessa forma, entende-se que os objetivos deste artigo foram cumpridos, pois ficou claro que o Grêmio Fott-Ball Porto Alegre possui um significado importante na vida do estudante universitário. O indivíduo constrói em torno da instituição, uma realidade própria de afeição, inserindo-se como parte dela.

Para futuras pesquisas, sugere-se que o clube estando fortalecido em relação aos efeitos simbólicos e de pertencimento que o seu torcedor tem em relação a ele, faça uma análise do que cada faixa etária de torcedores espera e busca em associar seu nome ao Grêmio, seja manifestando-se como aficionado da instituição, ou então consumindo suas ações e produtos. O maior profissionalismo do futebol nos dias contemporâneos, leva para esse caminho.

Referências

- BAUMAN, Zygmunt. *Comunidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.
- BERTONI, Estêvão. 2010. Ele era o torcedor símbolo do Grêmio. Disponível em: < <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/cotidian/ff0503201020.htm>>. Acesso em: 28 maio. 2018.
- BOURDIEU, Pierre. *O poder simbólico*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2005.
- BUENO, Eduardo. *Nada pode ser maior*. Rio de Janeiro: Ediouro, 2005.
- COELHO Frederico Oliveira. *Futebol e Produção Cultural no Brasil: A construção de um espaço popular*. Rio de Janeiro: MAUAD Editora Ltda, 2006. cap. 2.
- COIMBRA, David; NORONHA, Nico. *A história dos Grenais*. Porto Alegre: Artes e Ofícios Editora Ltda, 1994.

DECONTO, Eduardo. 2018. *Goleadas históricas e sem vitória pelo Gauchão: Grêmio faz 10º Gre-Nal na Arena*. Disponível em: <<https://globoesporte.globo.com/rs/futebol/campeonato-gaucha/noticia/goleadas-historicas-e-sem-valoria-pelo-gaucha-gremio-faz-10-gre-nal-na-arena.ghtml>>. Acesso em: 21 maio. 2018.

DURAND, Gilberto. *As Estruturas Antropológicas do Imaginário*. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2002.

FARIAS, Ed. 2014. *Escudos times brasileiros/gaúchos*. Disponível em: <<http://futssports.blogspot.com/2014/02/escudos-de-tradicionais-clubes-do.html>>. Acesso em: 24 maio. 2018.

FLORES, Moacyr. *História do Rio Grande do Sul*. 5. ed. Porto Alegre: Nova Dimensão, 1996.

GRÊMIO. *Arena do Grêmio*. Disponível em: <https://gremio.net/conteudo/index/18>. Acesso em: 23 maio. 2018.

GRÊMIO. *Heróis*. Disponível em: <<https://gremio.net/herois>>. Acesso em: 11 maio. 2018.

GRÊMIO. *Títulos*. Disponível em: <<https://gremio.net/titulos>>. Acesso em: 28 maio. 2018.

IANNI, Octavio. *A era do Globalismo*. 4. ed. Rio de Janeiro: BCD União de Editoras, 1999.

LIMA, Maiara Sandielly da Silva. 2014. O livro enquanto propagador de mito: Uma análise da percepção do Grêmio Fott-Ball Porto Alegrense e o mito do imortal tricolor através das suas obras. 106 p. Monografia (Graduação) – Curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2014.

NETO, Helena Brum; BEZZI, Meri Lourdes. 2008. *Regiões Culturais: A construção de identidades culturais no Rio Grande do Sul e sua manifestação na paisagem gaúcha*. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/sn/v20n2/a09v20n2>>. Acesso em: 22 abr. 2018.

NEVES, Thalita. 2017. *Rivalidade na Pós-Modernidade: Como a dupla GreNal se tornou uma das maiores rivalidades do mundo*. Disponível em: <http://docplayer.com.br/69087859-Rivalidade-na-pos-modernidade-como-a-dupla-grenal-se-tornou-uma-das-maiores-rivalidades-clubisticas-do-mundo-1.html>. Acesso em: 15 abr. 2018.

NIELAND, Maicon. 2014. *Grêmio inaugura CT Presidente Luiz Carvalho*. Disponível em: <<http://www.folhadomate.com/noticias/esportes/gremio-inaugura-ct-presidente-luiz-carvalho>>. Acesso em: 27 maio. 2018.

PRADO, Nathalia. 2012. *Grenal: Um clássico cultural*. Disponível em: <<https://www.ufrgs.br/vies/vies/grenal-um-classico-cultural/>>. Acesso em: 16 mai. 2018.

REIS, Tatielle Haussen; KREUTZ, Elizete de Azevedo. 2014. *Futebol-Paixão: O que marca?*. Disponível em: http://www.ufrgs.br/ped2014/trabalhos/trabalhos/783_arq2.pdf. Acesso em 23 mai. 2018.

RIZZATI, Lucas, 2012. *Festa, pancadaria e vitória: Grêmio inaugura Olímpico na bola e na raça*. Disponível em: <http://globoesporte.globo.com/rs/adeus-olimpico/noticia/2012/09/festa-pancadaria-e-vitoria-gremio-inaugura-olimpico-na-bola-e-na-raca.html>. Acesso em: 18 maio. 2018.

SANTAELLA, Lúcia. *Semiótica Aplicada*. São Paulo: Pioneira Thomson learning, 2002.

SILVA, Francisco Carlos Teixeira da; SANTOS, Ricardo Pinto dos. Memória Social dos Esportes. In: COELHO, Frederico Oliveira. *Futebol e Produção Cultural no Brasil: A construção de um espaço popular*. Rio de Janeiro: MAUAD Editora Ltda, 2006. cap. 2.

SILVA, Sidnei Barbosa da. 2006. *Hino do Grêmio FBPA*. Disponível em: <http://www.campeoesdofutebol.com.br/hino_gremio.html>. Acesso em: 26 maio. 2018.

VENANCIO, Rafael Duarte Oliveira. “*Vamos todos cantar de coração*”: Discursos fundadores dos hinos dos clubes brasileiros de futebol. *Aled*, Caracas, ano 20, p. 97-112, set./nov. 2014.

VILCHES, Ana. 2015. *Felicidades tricolores*, Grêmio. Disponível em: <<http://www.gremiodoprata.com.br/2015/09/felicidades-tricolores-gremio/>>. Acesso em: 15 maio. 2018.

WERNEK, Jeremias; SALDANHA, Marinho. 2018. *Renato Gaúcho ganha título com o Grêmio e se aproxima de Felipão*. Disponível em: <<https://noticias.bol.uol.com.br/ultimas-noticias/esporte/2018/04/09/renato-gauchos-ganha-quarto-titulo-com-o-gremio-e-se-aproxima-de-felipao.htm>>. Acesso em: 26 maio. 2018.