

“O Clube do povo do Rio Grande do Sul”: A construção da identidade popular do Sport Club Internacional a partir dos discursos motivacionais dos bastidores¹

Alexsander Madeira DE ANDRADE²
Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Resumo

Este artigo investiga como os discursos presentes em vídeos de bastidores do Sport Club Internacional reforçam sua identidade como “Clube do Povo”. O estudo, em desenvolvimento, utiliza análise do discurso, análise de conteúdo e estudo de caso para compreender como esses discursos, veiculados em vídeos de bastidores, se conectam com a identidade do Inter, destacando práticas e narrativas que fortalecem o vínculo entre clube e torcida. A pesquisa busca examinar de que maneira esses materiais contribuem para a construção e manutenção da imagem do clube como um símbolo de representatividade.

Palavras-chave: Identidade; Discurso; Clube do Povo; Futebol; Internacional.

Introdução

Em certo momento da história, foi citado que o futebol é a coisa mais importante dentre as menos importantes³. Esse sentimento representa milhões de torcedores espalhados pelo mundo que mantêm sua crença e paixão por algum clube de futebol. Percebe-se, neste instante, que propositalmente não se utiliza a palavra "time". Isso se explica pelo fato de que o amor pela instituição transcende a idolatria dos jogadores e figuras transitórias, refletindo um sentimento de identidade perante o clube, sua história e, claro, a relação da sociedade com o sujeito. Sobre este último, Bourdieu aborda a

¹ Trabalho apresentado no GT de Discursos, Identidades e Relações de Poder, atividade integrante do XIX Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e Relações Públicas.

² Relações-Públicas e Mestrando no Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PPGA/UFRGS). E-mail: alexsander.mromero@gmail.com.

³ A autoria dessa frase é atribuída ao treinador italiano Arrigo Sacchi. Fonte: Blog Milton Neves. Disponível em: <https://blogmiltonneves.uol.com.br/blog/2020/03/12/futebol-a-coisa-mais-importante-dentre-as-menos-importante-s-tem-que-parar/>. Acesso em: 14 fev. 2025

relação cultural estabelecida entre o agente e a sociedade quando explica o conceito de habitus, que seria, portanto, "o fenômeno em uma lógica onde os indivíduos são moldados pela cultura, mas, ao mesmo tempo, têm suas práticas como parte estruturante desta" (Bourdieu, 1996, p. 184). Neste caso, deve-se analisar a influência da família, amigos e aspectos culturais na escolha do clube de futebol; entretanto, a conexão com o objeto, ao longo dos anos, é desenvolvida através de outros fatores mais complexos, como por exemplo, o objeto central de estudo deste artigo: os discursos extra-oficiais revelados no vídeo dos bastidores da vitória do Internacional sobre o Grêmio na final do Campeonato Gaúcho de 2025, onde mostra-se a preleção⁴, discursos motivacionais e a construção de narrativa, em especial de duas figuras: o técnico Roger Machado e o Diretor de Futebol Andrés Nicolás D'alessandro.

Para sintetizar esta análise, deve-se apresentar um dos contextos: o Sport Club Internacional, clube gaúcho fundado em 1909, em Porto Alegre. O Internacional emerge neste trabalho devido à sua importância histórica, social e comunicacional ao se intitular "clube do povo". O Sport Club Internacional teve sua origem associada à integração entre povos de diferentes nacionalidades, visto que os principais clubes da cidade, inclusive o seu rival nos dias atuais, o Grêmio Foot-Ball Porto Alegrense, não aceitavam atletas de outras origens, senão italianas e alemãs.

Para Ribeiro (2012, p. 34), desde o princípio é preciso reconhecer que o envolvimento do brasileiro com o futebol é uma experiência forte, independente das interpretações feitas por interesses dos mais diversos. Na mesma linha, Machado (2005) afirma que o futebol, especialmente no Brasil, é um campo de estudo incrivelmente rico, desempenhando um papel essencial na formação da identidade nacional. Esses conceitos vão ao encontro da ideia de que o brasileiro já nasce vestindo a camisa do seu clube do coração, principalmente quando analisado a identificação dos pais com determinado escudo. Quando mais velho, a desenvoltura social impõe que o sujeito escolha determinada "tribo social", ou seja, o time que este mesmo sujeito escolher, será uma decisão única e permanente para o resto da vida. Daólio (1997), apresenta essa vivência social a partir da ideia do futebol brasileiro

⁴ No futebol, a preleção é um momento de concentração e motivação que o treinador de futebol realiza com os seus jogadores antes de uma partida.

como uma prática social que permite aos indivíduos expressarem sentimentos diversos. O autor ressalta que torcer por um time, mesmo em períodos sem conquistas, pode ser visto como um teste de fidelidade. Além disso, suportar as provocações de torcedores adversários após uma derrota testa a paixão pelo clube, mesmo em momentos difíceis. Por fim, vencer uma partida contra um time considerado mais forte reacende a crença em algo superior, como se fosse um milagre. Em muitos casos, a troca de time de futebol é vista como uma das mais profundas traições. Como se a relação entre sujeito e instituição fosse - e nesse caso, realiza-se apenas uma suposição - como uma aliança divina, em que não é permitida nenhuma deslealdade.

Entretanto, há em uma classe social, a necessidade do futebol como alívio estrutural das mazelas da sociedade. Para este sujeito, o futebol frequentemente se apresenta como uma forma de escapar da realidade. Damatta (1982) argumenta que o futebol é um objeto social complexo, que pode ser apropriado de maneiras distintas em diferentes sociedades. O autor explica que, enquanto em alguns lugares, como na América, o esporte é visto principalmente como uma forma de diversão, em países como o Brasil, ele assume um papel mais amplo, servindo como instrumento de comunicação social e de construção da identidade nacional. Portanto, o futebol sempre será uma ferramenta de coletividade, fé e, principalmente, identidade.

A construção de identidade de um sujeito passa por diversos meios e etapas, principalmente, na vontade de pertencer a um grupo específico. Os próprios receptores podem se identificar com diferentes grupos, ideias ou valores, e essas identificações podem variar, até mesmo sendo opostas entre si. Essas representações, segundo Woodward (2000), ocorrem por meio das práticas de significação e dos sistemas simbólicos que produzem significados que nos definimos como sujeitos. São esses significados que atribuímos às representações que dão sentido à nossa experiência e à nossa identidade. Para Hall (1997):

O que denominamos "nossas identidades" poderia, provavelmente, ser melhor conceituado como as sedimentações através do tempo daquelas diferentes identificações ou posições que adotamos e procuramos viver (...). Nossas identidades são, em resumo, formadas culturalmente. Isto, de todo modo, significa dizer que

devemos pensar as identidades sociais como construídas no interior da representação, através da cultura, não fora delas. (Hall, 1997, p. 26).

Entretanto, nem sempre o sujeito manterá uma coerência nas suas escolhas. No caso estudado, mesmo que haja torcedores da mesma classe social, com a mesma idade e mesmo clube, absorvendo os mesmos discursos, as identificações podem ser diferentes. Isso ocorre, pois “nos diversos momentos e lugares, os sujeitos realizam diferentes identificações, inclusive, opostas, contraditórias e/ou incoerentes. As identificações podem, então, ser deslocadas/projetadas em múltiplas direções” (Baldissera, 2006, p. 5). Porém, o fato de torcerem para o mesmo clube, surge também, como uma sensação de pertencimento, pois o sujeito compreende o seu lugar na estrutura social daquele meio. Segundo Baldissera (2007):

Os sujeitos não nascem com as identidades dos grupos a que pertencem, não se trata de algo inato. Elas são construídas e transformadas no interior das representações. Aos sujeitos, é dado conhecer, dentre outras coisas, a significação do que seja ser membro de um determinado grupo cultural, seu lugar na estrutura social e as regras e normas que definem como deve portar-se frente ao “outro”, pela forma como o grupo é culturalmente representado (pelo seu conjunto de significação). E, nesse sentido, os componentes tendem a ser leais aos padrões culturais do grupo. Assim, gozam da sensação de pertencimento ao mesmo tempo em que constroem suas referências identitárias e são por elas construídos. (Baldissera, 2007, p. 240)

Portanto, a identidade não é algo fixo, imutável, senão uma construção que surge ao longo da vida, influenciada pelo meio e pela cultura que nos cerca.

Para este estudo, opta-se por realizar um estudo de caso devido à influência significativa do fenômeno comunicacional em seu contexto. A partir de Yin (2001), deve-se utilizar o método de estudo de caso quando deliberadamente quiser lidar com condições contextuais - acreditando que elas podem ser altamente pertinentes ao seu fenômeno de estudo. Ainda, a técnica escolhida para refletir sobre os resultados que serão obtidos durante as entrevistas será a análise de conteúdo. Para Bardin (1977, p. 31), “a análise de conteúdo é um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, através de procedimentos sistemáticos e

objetivos de descrição do conteúdo das mensagens”. Para a autora, há três etapas para realização da análise de conteúdo, com três pólos cronológicos que são: 1) a pré-análise; 2) a exploração do material; 3) o tratamento dos resultados, a inferência e a interpretação. Nestas etapas se desenvolvem outros métodos dentro de cada uma delas, sendo de suma importância para os resultados analisados.

Por fim, reitera-se que este artigo encontra-se em fase de desenvolvimento, com a análise dos dados e resultados ainda em andamento. O estudo foca em um vídeo de bastidores do Sport Club Internacional, que será submetido a análise do discurso e análise de conteúdo, com o objetivo de compreender como esse material reforça a identidade do clube como “Clube do Povo”. No entanto, o vídeo que será analisado não foi divulgado em tempo hábil, o que impactou a realização de uma análise completa dentro do prazo previsto. Embora os resultados finais ainda não estejam consolidados, a pesquisa avança na preparação metodológica e na revisão teórica necessária para a interpretação do material.

A análise preliminar, baseada em estudos anteriores e no contexto histórico do clube, sugere que os discursos motivacionais presentes em vídeos de bastidores desempenham um papel central na construção e manutenção dessa identidade. No entanto, a ausência do vídeo específico, que será o objeto central da pesquisa, limitou a obtenção de conclusões concretas nesta etapa. A próxima fase do estudo envolverá a categorização e a interpretação crítica do discurso presente no vídeo, buscando identificar como ele é estruturado e quais valores são transmitidos.

Referências

BALDISSERA, Rudimar. Identidades e representações culturais. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2007.

BALDISSERA, Rudimar. Identidades sociais e culturais: uma abordagem teórica. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2006.

BARDIN, Laurence. Análise de conteúdo. Lisboa: Edições 70, 1977.

BOURDIEU, Pierre. Razões práticas: sobre a teoria da ação. Campinas: Papirus, 1996.

DADLIO, Mário. Futebol e identidade social: uma paixão brasileira. São Paulo: Editora Hucitec, 1997.

DAMATTA, Roberto. Universo do futebol: esporte e sociedade brasileira. Rio de Janeiro: Pinakotheke, 1982.

FRANCO, Sérgio. Torcer: paixão e identidade no futebol brasileiro. São Paulo: Editora Contexto, 2007.

HALL, Stuart. A identidade cultural na pós-modernidade. Rio de Janeiro: DP&A, 1997.

MACHADO, João. Futebol e identidade nacional: o jogo da vida. São Paulo: Editora Brasiliense, 2005.

RIBEIRO, Luiz Carlos. Futebol e sociedade: a construção de uma paixão. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2012.

WOODWARD, Kathryn. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. Petrópolis: Vozes, 2000.

YIN, Robert K. Estudo de caso: planejamento e métodos. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.