
**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESENVOLVIMENTO HUMANO E
TECNOLOGIAS**

**CYBERHOOLIGANS: A MANIFESTAÇÃO DA VIOLÊNCIA NAS REDES
SOCIAIS**

GUILHERME BAGNI

Dissertação apresentada ao Instituto de Biociências do Câmpus de Rio Claro, Universidade Estadual Paulista, como parte dos requisitos para obtenção do título de Mestre em Desenvolvimento Humano e Tecnologias .

Janeiro - 2016

GUILHERME BAGNI

CYBERHOOLIGANS: A MANIFESTAÇÃO DA VIOLÊNCIA NAS REDES
SOCIAIS

Orientador: Afonso Antonio Machado

Dissertação apresentado ao Instituto de
Biociências da Universidade Estadual Paulista
“Júlio de Mesquita Filho” - Câmpus de Rio Claro,
como parte dos requisitos para obtenção do
título de Mestre em Desenvolvimento Humano e
Tecnologias.

Rio Claro

2016

796.019 Bagni, Guilherme
B147c Cyberhooligans: a manifestação da violência nas redes
sociais / Guilherme Bagni. - Rio Claro, 2016
91 f. : il., figs., gráfs., tabs., quadros

Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual Paulista,
Instituto de Biociências de Rio Claro
Orientador: Afonso Antônio Machado

1. Esportes – Aspectos sociológicos. 2. Torcidas
organizadas. 3. Torcida. 4. Identidade. 5. Facebook. 6
Ciberespaço. 7. Psicologia do esporte. I. Título.

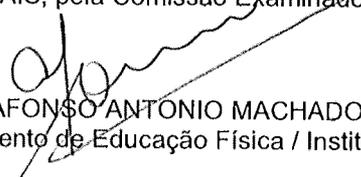
CERTIFICADO DE APROVAÇÃO

TÍTULO: Cyberhooligans: A manifestação da violência nas redes sociais

AUTOR: GUILHERME BAGNI

ORIENTADOR: Prof. Dr. AFONSO ANTONIO MACHADO

Aprovado como parte das exigências para obtenção do Título de MESTRE EM DESENVOLVIMENTO HUMANO E TECNOLOGIAS , Área: TECNOLOGIAS NAS DINÂMICAS CORPORAIS, pela Comissão Examinadora:


Prof. Dr. AFONSO ANTONIO MACHADO
Departamento de Educação Física / Instituto de Biotecnologias de Rio Claro - SP


Prof. Dr. FLÁVIO REBUSTINI
Universidade Estácio de Sá - SP


Prof. Dr. DANIEL PRESOTO
Departamento de Educação Física, Escola Superior de Educação Física e Jundiaí - SP

Data da realização: 09 de dezembro de 2015.

Dedico este trabalho a meus pais e a meu
irmão, que tanto me apoiaram nesta e em tantas
outras caminhadas.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, por me iluminar nesta caminhada e por estar sempre presente em minha vida auxiliando minhas decisões.

Não poderia deixar de citar minha família, principalmente meus pais, Orlando e Claudinéia, e meu irmão Gustavo, por estarem sempre comigo, me apoiando e dando força, nos momentos fáceis e, principalmente nos momentos difíceis, pois são nesses que vemos quem realmente está do nosso lado e nos quer bem. Família ninguém escolhe, mas se eu tivesse esse poder escolheria a mesma. Essa frase pode parecer apenas um clichê, com certeza não somos iguais, mas eu não tenho dúvida que os amo e que muito do que sou hoje devo à eles.

Meu orientador e amigo Afonso, que aceitou me guiar nessa jornada e contribuiu muito para minha formação, desde os anos da graduação, mas principalmente nesta nova jornada do mestrado.

A meus amigos e colegas do Laboratório de Estudos e Pesquisa em Psicologia do Esporte (LEPESPE) fica o meu agradecimento por me aguentarem por todo esse tempo no laboratório, sei que não é fácil e por isso agradeço.

Não poderia deixar de citar alguns nomes especiais de amigos do laboratório, Cláudio que me ajudou bastante nessa transição da graduação para pós, Vivian, André e demais, com quem cursei disciplinas e que foram tantas conversas e alinhamentos de trabalhos.

Luis, Raphael, Mauro, Gustavo, Luciana, Renata, Matheus, dentre outros que posso ter esquecido no momento, que conheci no laboratório e hoje somos amigos. Altair e Marcelo com quem as conversas são mais virtuais, porém não menos importante.

Kauan e Renato merecem um agradecimento especial, pois é com eles que passo o maior tempo no laboratório, em congressos, cursos e demais atividades. Simplesmente obrigado por tudo.

A todos os que fazem parte de minha convivência, especialmente famílias: Braz e Evangelista, as quais sou muito grato pela amizade construída há anos e que hoje fazem parte da minha família.

Agradeço também aos professores Flávio e Daniel, membros da banca, pelos apontamentos e sugestões que auxiliaram a realização do meu trabalho.

“O que me preocupa não é o grito dos maus. É o silêncio dos bons.”

Martin Luther King

Adaptação de um trecho da "Carta de uma Prisão de Birmingham" (1963).

CYBERHOOLIGANS: A MANIFESTAÇÃO DA VIOLÊNCIA NAS REDES SOCIAIS

RESUMO

As torcidas fazem parte do contexto esportivo e, conseqüentemente, geram influências sobre as equipes e atletas. Dentro do grupo “torcidas”, existem algumas subdivisões, uma delas é “as torcidas organizadas”, presentes em várias modalidades esportivas, porém neste caso serão consideradas as torcidas ligadas às equipes de futebol de campo. Suas ações são um tema que sempre é discutido, especialmente as ações violentas, e sua relação com a diretoria do clube também, já que existe uma ligação entre essas duas partes, relação esta que vêm diminuindo após certos episódios de violência. Com o crescimento das redes sociais, as torcidas também passaram a se utilizar delas, tanto para divulgar as suas atividades quanto para marcar brigas com outras torcidas. Frente a isso, este trabalho tem como objetivo analisar as páginas oficiais de algumas torcidas organizadas no Facebook, buscando categorizar os conteúdos postados verificando a existência de conteúdos referentes ao tema violência, por meio da análise de conteúdo online, utilizando-se de técnicas da netnografia e da análise de conteúdo. O universo desta pesquisa foi constituído pelas fanpages do Facebook de três torcidas organizadas de equipes de futebol da cidade de São Paulo. Foram analisadas todas as “postagens” destas torcidas referentes ao período do ano de 2014. Para a análise dos dados foi utilizado a análise de conteúdo, onde houve a categorização e hierarquização dos conteúdos e, após isso, análise e interpretação dos dados. Os resultados são apresentados em porcentagem. Notamos que as categorias “jogos”, “mídia” e “festas” foram as que apresentaram maior destaque em relação ao resultado geral das três torcidas. Foi verificado que a questão da violência acontece em segundo plano, juntamente com o clube, o qual também não recebe destaque principal. Dentre as festas que representam grande número das postagens, destacamos o carnaval e, percebemos assim, a existência de diversos subgrupos dentro da torcida organizada. Entendemos que este trabalho apresenta avanços nesta temática, especialmente no mapeamento das cibertorcidas e esperamos que o mesmo possa auxiliar nos avanços de futuras pesquisas.

Palavras-chave: Torcida; Violência; Identidade; Facebook; Ciberespaço; Psicologia do Esporte.

CYBERHOOLIGANS: ANALYSIS OF SOCCER ORGANIZED FANS IN SOCIAL NETWORKS

ABSTRACT

Fans are a part of the sports context, and consequently generate influences on teams and athletes. Inside the fans group, there are some subdivisions, one of them are the organized fans. Although they are presented in many sports, this dissertation focuses on the soccer ones, whose actions, especially the violent ones, are a topic that is always on discussion as well as its relationship with soccer teams' board of directors. This relationship, however, is becoming weaken due to violent episodes. Besides that, the growth of social networks and its use by soccer organized fans, create an important mechanism to publicize its activities and to mark fights with other fans. Taking all these into consideration, this dissertation aims to analyze the official pages of some soccer organized fans on Facebook, to seek to categorize the content posted, to check for content related to the topic violence, to use the method of online content analysis, using techniques of nethnography and content analysis. The universe of this research was made up of Facebook fanpages of three different soccer organized fans' team of São Paulo city. We analyzed all the posts of these groups for the period of the year of 2014. For data analysis was used content analysis, which there was the categorization and prioritization of content and, after that, analysis and interpretation of data. The results are presented in percentage. We noted that the categories "games", "media" and "parties" showed the most outstanding in relation to the overall outcome of the three organized fans analyzed. It was found out that the issue of violence happens in the background, as well as the club, which does not receive major highlight. Among the parties, that represent large number of the posts, we highlight the carnival, and we realized then, the existence of different subgroups within the organized fans. We understand that this work presents advances on this topic, especially in mapping the cyberfans and we hope that it can help in advances of future research.

Keywords: Fans; Violence; Identity; Facebook; Cyberspace; Sport Psychology.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Desenvolvimento das torcidas	19
Figura 2 - Os times e a rivalidade.....	20
Figura 3 - Progressão do desenvolvimento da participação em comunidade online.	36
Figura 4 - Tipos de participação em comunidades online	37
Figura 5 - Fluxo hierárquico e relacional das categorias	57
Figura 6 - Total.....	58
Figura 7 - Total Torcida 1	59
Figura 8 - Total Torcida 2	60
Figura 9 - Total Torcida 3	61
Figura 10 - Festas	63
Figura 11 - Mídia	65
Figura 12 - Jogos	66
Figura 13 - Protestos, Críticas e Provocações	68
Figura 14 - Torcida	70
Figura 15 - Clube.....	72
Figura 16 - Política	73
Figura 17 - Estrutura Organizacional de uma Torcida Organizada	74

LISTA DE TABELAS

Tabela 1- Nomenclatura das torcidas organizadas pelo Mundo.....	20
Tabela 2 - Comparação de aspectos das torcidas organizadas do Brasil e de outros países.....	23

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Critérios netnográficos	55
--	----

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	12
2. JUSTIFICATIVA	16
3. TORCIDAS	17
4. IDENTIDADE	26
4.1. Fake	31
5. REDES SOCIAIS	33
5.1. Facebook	38
5.2. Jovens	39
6. CIBERVIOLÊNCIA	42
6.1. Do bullying ao cyberbullying	44
6.2. As torcidas violentas e os cyberhooligans	46
7. OBJETIVOS	53
8. PROCEDIMENTO METODOLÓGICO	54
8.1. Método de pesquisa	54
8.2. Ética da pesquisa	55
8.3. Universo do estudo	56
8.4. Forma de análise dos resultados	56
9. RESULTADOS E DISCUSSÃO	57
9.1. Festas	61
9.2. Mídia	63
9.3. Jogos	65
9.4. Protestos, Críticas e Provocações	66
9.5. Torcida	68
9.6. Clube	71
9.7. Política	72
10. CONSIDERAÇÕES FINAIS	76
11. REFERÊNCIAS	79

1. INTRODUÇÃO

As torcidas organizadas fazem parte do contexto esportivo e exercem grande influência nas equipes, desde a participação na decisão de jogadores a serem contratados até a pressão que exercem sobre os atletas nos jogos e treinamentos.

Isso tornou-se um fato tão usual a tal ponto que não vemos com estranheza cenas na televisão de torcidas organizadas invadindo treinamentos e concentrações, para conversas com atletas, diretoria e/ou comissão técnica.

As redes sociais aproximaram as equipes de seus torcedores e isso não fica diferente em relação às torcidas organizadas. Essa relação que aproxima os ídolos dos torcedores acaba expondo a vida privada dos atletas e, a partir daí, a linha tênue entre a vida privada e particular se torna praticamente invisível.

Por um lado temos esse fato como positivo, já que essa relação é, aparentemente, mais segura, pois impede o contato físico dos torcedores com o atleta, além do que facilita o contato do atleta com milhares de torcedores.

Já por outro, temos que a vida do atleta fica totalmente exposta e acaba por diminuir a segurança do atleta, já que torna-se mais fácil saber onde o atleta está, com quem ele anda e o que ele está fazendo.

Em relação às torcidas organizadas, as redes sociais configuraram uma nova dinâmica, tanto na inter-relação, entre os membros das torcidas organizadas, quanto na relação entre as torcidas organizadas.

As redes sociais passaram a ser uma maneira fácil para agendar brigas e iniciar discussões, algumas vezes de maneira discreta e outras de formas exacerbadas nos sites e páginas das redes sociais de cada uma dessas torcidas organizadas.

Mattos (2013) relata em seu blog que 17 torcidas das 20 torcidas de times que disputam o Campeonato Brasileiro da Primeira Divisão no ano de 2013 estão envolvidas em algum tipo de confusão em jogos desse campeonato. Das outras três torcidas, apenas uma não se envolveu em nenhum tipo de confusão este ano, sendo que as duas envolvidas em confusão tiveram seus episódios ocorridos no Campeonato Paulista ou Copa do Brasil. A partir desses dados podemos ter um real dimensionamento da proporção da violência no futebol, tanto dentro, quanto fora dos estádios.

Ressaltamos o fato trazido por Murad (2012) que esse grupo violento representa apenas de 5% a 7% dos membros de torcidas organizadas. Entretanto,

notamos que, mesmo em pequeno número, esses indivíduos acabam causando um grande transtorno ao resto do público. O autor ainda destaca que, para 68% dos torcedores, a violência é a maior causa do afastamento do público nos estádios brasileiros.

Diante de todas essas questões esse trabalho busca compreender o conteúdo publicado nas “fanpages oficiais” das torcidas organizadas no Facebook, para isso, as mesmas são avaliadas por meio da análise de conteúdo online, utilizando-se de técnicas da netnografia e da análise de conteúdo (FRANCO, 1994; KOZINETS, 2014).

Para dar suporte a tais questionamentos o estofo teórico deste trabalho consiste em compreender quem são as torcidas organizadas, suas demandas, dentre outros no Brasil e em outras partes do Mundo.

Entendendo este contexto, nos perguntamos, por que alguém se torna integrante de uma torcida e entramos em itens acerca do pertencimento e da identidade. Não podemos deixar de observar que os aspectos da identidade também vêm sofrendo modificações, especialmente no que diz respeito ao ciberespaço. Assim:

Quando nos conectamos, o computador estende nossa identidade para um mundo virtual de presença desencarnada, e ao mesmo tempo, isso nos incita a assumir outras identidades. Nós espreitamos ou nos envolvemos em listas e grupos de discussão que permitem que diferentes versões de nós mesmos aflorem dialogicamente. Dessa forma, o computador permite um novo tipo de performatividade, uma realização de identidades múltiplas e talvez idealizadas por meio de texto e imagem (LYSLOFF, 2003, p. 255 apud KOZINETZ, 2014, p. 41).

Cardoso e Espanha (2009, p.4) complementam: “A internet e os telemóveis constituem igualmente formas de exercitar e sedimentar uma identidade pessoal e social em formação”.

Entramos então, no âmbito das redes sociais, ligada diretamente com grande parte dessas alterações que acabamos de mencionar e que causam diversas alterações ou que ao menos apresentam novas possibilidades para a ciência e que atingem majoritariamente o público mais jovem. De acordo com Morduchowicz (2012) os meios de comunicação e a internet são lugares a partir do qual a maioria dos jovens dá sentido a sua identidade.

Buscamos então, por meio da netnografia e da análise de conteúdo online das fanpages oficiais de três torcidas organizadas, compreender tal fenômeno, identificando o que é postado nessas páginas, especialmente a existência de conteúdos considerados violentos (FRANCO, 1994).

Foi utilizado o processo de hierarquização do conteúdo de acordo com Elo e Kyngäs (2007) e, assim, foram criadas 3 níveis para a análise, sendo que fanpages constituem a categoria principal, festas, mídia, política, jogos, protestos, críticas e provocações, torcida e clube compõe a categoria genérica e os item subsequentes a cada um da categoria genérica, constituem a subcategoria. A figura 5 no capítulo resultados e discussão ilustra isso.

Notamos que, de modo geral, as categorias “jogos”, “mídia” e “festas” foram as que apresentaram maior destaque em relação ao resultado geral das três torcidas. Obviamente cada torcida apresenta suas singularidades e isso é descrito na apresentação dos resultados.

Foi verificado que a questão da violência se dá de forma indireta e não como temática principal. Apesar dela aparecer em alguns protestos e ameaças contra a própria equipe e contra alguns atletas. Também acontece a associação com atividades beneficentes, tais como jogos e campanhas, o que, de certa forma, contrasta com a questão da violência.

O clube é mantido em segundo plano, demonstrando que a torcida parece ficar, de certa forma, autônoma em relação ao clube em diversas questões, pois não existe grande preocupação com os resultados dos jogos e sim com as atividades da torcida.

É dado ao carnaval grande destaque, isso ocorre o ano todo, com intensidade maior no início do ano. Sendo que no carnaval e em outras festas ocorre a associação da torcida organizada com celebridades, principalmente por meio de fotos.

Existem diversos subgrupos dentro da torcida organizada, sendo cada um responsável por determinada atividade, aparentando funcionar como umas espécie de empresa.

Apesar da violência estar presente nas fanpages analisadas, não nos parece ser este o ponto principal das torcidas. O que acontece é que, a presença de alguns membros violentos, de certa forma contamina o ambiente e prejudica a imagem da

mesma. Por outro lado existe uma aceitação dos demais integrantes com tal fato, ou no mínimo uma omissão, já que praticamente nada é feito para mudar.

Lembramos que buscamos fazer um mapeamento das relações e temáticas nessas fanpages, o que caracteriza um trabalho netnográfico com uma temática ainda não muito explorada (KOZINETZ, 2014).

Entendemos então, que este trabalho apresenta avanços nessa temática e esperamos que o mesmo possa auxiliar pesquisas futuros a avançarem a partir deste ponto.

2. JUSTIFICATIVA

A justificativa desse estudo se dá pela intensa relação das redes sociais com as torcidas organizadas e com os atletas que, conseqüentemente, acabam gerando uma nova dinâmica no mundo esportivo.

Além do que, isso acaba por gerar outras formas de violência e nesse contexto há o surgimento dos cyberhooligans, indivíduos esses que são membros de torcidas organizadas e utilizam do “aparente anonimato” que a internet propicia para insultar outros indivíduos de torcidas adversárias de outras equipes e/ou da própria equipe até o extremo de marcar brigas. Murad (2012) afirma que muitas vezes são marcados confrontos entre as torcidas pela internet e essa situação ocorre tanto no Brasil como em outros países, a comunicação entre as torcidas também é intensa.

Assim, estudar o ciberuniverso onde se passa o ataque violento o bullying é uma maneira da pesquisa retornar à sociedade em formato de novo conhecimento e de uma postura situacional e crítica que oriente para novos planos de saída e de intervenção, tanto no âmbito escolar, esportivo, familiar ou social.

Bem mais do que apenas saber do que se trata o fenômeno socio-cultural, acredita-se na possibilidade de mudar os rumos de uma história da humanidade, quando se divulga ou se contrapõem novos olhares, em especial na situação aqui apresentada. A tentativa de ampliar o conhecimento está na mesma mão de direção da tentativa de aplacar a ciberviolência aqui apontada.

Talvez assim, após a categorização e a análise dos discursos, consigamos compreender melhor o aumento da ciberviolência, que por traz desse suposto anonimato na rede, vêm em uma crescente os casos de cyberbullying e a ação dos cyberhooligans, além de outros crimes virtuais.

3. TORCIDAS

Inicialmente, nessa revisão é importante diferenciarmos e definirmos alguns termos, para tal, utilizaremos como referência a dissertação de Reis (1998). A autora diferencia espectador de torcedor e torcedor uniformizado de torcedor organizado. Tem-se então que:

O espectador de futebol é todo o indivíduo que assiste a espetáculos esportivos, e o torcedor é o indivíduo que além de ser espectador com preferência por um clube, é torcedor dele, e que manifesta essa predileção no decorrer dos jogos (REIS, 1998, p.6).

Nessa primeira diferenciação temos a figura do espectador esportivo como um consumidor do espetáculo esportivo, que tem o esporte como ambiente de lazer, para esse indivíduo, ir a um jogo é como assistir a uma peça teatral. Por outro lado, temos a figura do torcedor, o qual tem suas preferências e as manifesta. Tem-se ainda:

Torcedor uniformizado, como o próprio nome diz, é aquele que usa a camisa de sua equipe, demonstrando assim sua predileção por um time de futebol. O torcedor organizado é aquele que faz parte de uma facção torcedora, que tem uma estrutura organizacional independente do clube pelo qual ele torce (REIS, 1998, p.6).

Nessa segunda, temos o torcedor uniformizado, o qual conhecemos popularmente como torcedor comum, nos estádios de futebol. Esse é o torcedor que normalmente fica em um local do estádio denominado “numeradas”, enquanto temos os torcedores organizados, os quais têm como seu local característico nos estádios atrás dos gols e que iniciam cantos e levam faixas, bandeiras, dentre outros. Ressalta-se que estes comumente representam uma instituição e tudo o que é levado ao estádio por eles está vinculado a esta, inclusive seus uniformes.

Pimenta (1997) divide os torcedores em comum e organizado, sendo que no primeiro grupo estão aqueles torcedores que vão ao estádio para torcer por determinada equipe ou apenas para assistir a um jogo, sem estar vinculado a um grupo de pessoas. Enquanto isso, os torcedores organizados se associam a um grupo de pessoas e assimilam os padrões cultuados pelo grupo.

Machado (2006) diferencia os torcedores em consumidores primários, secundários e terciários, onde os consumidores primários são os mais envolvidos

com o esporte assistindo presencialmente aos eventos esportivos, os secundários que assistem aos eventos pela televisão, rádio, dentre outros e os terciários os quais apenas se interessam pelo esporte, mas apenas leem notícias referentes ao esporte, sendo que não acompanham os eventos esportivo no momento em que estes ocorrem.

A figura 1 explica como ocorreu o desenvolvimento das torcidas no futebol. Em relação aos torcedores não organizados, estes são marcados por algumas características tais como saudosismo e boa família (“moças de boa família” e cavalheiros da sociedade). Os torcedores que faziam parte do grupo de sócios do clube passaram a se diferenciar dos demais por meio do uso de fitas no chapéu as quais eram das cores da equipe, dentro deste grupo eram aceitos apenas indivíduos com poder aquisitivo mais alto. Camisetas, faixas, bandeiras e demais adereços são todos com o símbolo do clube em questão.

Por outro os torcedores organizados seguem as normas da torcida a qual pertencem. Não existe restrição quanto à classe socioeconômica. A torcida visa o lucro e apresenta características em comum, estabelecendo uma identidade visual e, portanto, utilizam roupas e acessórios com o símbolo da torcida organizada.



Figura 1 - Desenvolvimento das torcidas
 Fonte: PIMENTA (1997, p. 70)

Segundo Pimenta (1997, p.66): “A identificação desses grupos é percebida pela vestimenta, pela virilidade, pelos cânticos de guerra, pelas transgressões das regras legais, pelas coreografias, pelo sentimento de pertencimento ao grupo, etc”.

Na figura 2 conseguimos perceber a relação que os torcedores exercem sobre os jogadores e sobre o patrimônio do clube. Como patrimônio, Morato (2005, p. 78) entende: “o clube ou sede, sua história, sua camisa, sua bandeira, suas cores, seu hino, seu distintivo, seu mascote, seu estádios e seus títulos”. O autor denomina essa: “tríade fundamental como a base de um time de futebol”.

Podemos, através dessa relação, lembrarmo-nos das *barras bravas*, as torcidas organizadas das equipes argentinas, onde um dos principais objetivos em uma briga é conseguir pegar camisas e bandeiras das equipes adversárias, ostentando-as posteriormente no estádio. Essa atitude visa mostrar o poder de uma torcida sobre a outra adversária (GRABIA, 2012).



Figura 2 - Os times e a rivalidade
 FONTE: (MORATO, 2005, p.98)

Em relação à denominação das torcidas organizadas em outros países, temos, conforme mostra a tabela 1:

Tabela 1- Nomenclatura das torcidas organizadas pelo Mundo

Principal País	Denominação
Inglaterra	Hooligans
Argentina	Barras Bravas
Itália	Ultras

Adaptado de Murad (2012)

Hooligan: termo usado em alguns países europeus, principalmente na Inglaterra. Barra bravas: grupos da América do Sul, sobretudo na Argentina e Uruguai. Ultras: grupos encontrados nos países latinos da Europa (principalmente na Espanha e na Itália) e em países do leste europeu (principalmente em países da ex-URSS e ex-Iugoslávia). O que torna esses grupos semelhantes é o fato de estarem associados a um clube e por serem compostos de torcedores de classe média baixa. A distinção encontra-se na filiação política, religiosa e étnicas. O caso dos Ultras é mais evidente, já que se exalta o nacionalismo e, na maioria dos casos, estão ligados à ideologia de extrema direita, como o fascismo (VESSONI, 2014, p. 1).

Murad (2012, p.168) destaca que a existência de duas vertentes dentro dos *ultras*: “[...] os que são ideologicamente de “direita”, ligados a partidos políticos neofascistas, a movimentos racistas e xenófobos [...]”. Por outro lado: “[...] há os *ultras* assumidamente de “esquerda”, cuja origem remota se deu na conjuntura da rebelião estudantil em Paris, em maio de 1968, e que tentam ser um contraponto político pacífico e consciente aos violentos [...]”. Portanto, estes apresentam uma característica diferente dos barras bravas e dos hooligans, a existência de um grupo de resistência e pacificação.

Sullivan (2001) destaca que existem aproximadamente 20 membros violentos ou “hardcore” como o autor denomina a cada 100 membros das *firms* que são agrupamentos de hooligans. Murad (2012) destaca que nas torcidas organizadas brasileiras existem cerca de 5% de membros violentos.

De acordo com Sullivan (2001), A polícia britânica divide os torcedores em 3 categorias:

- “A” onde estão presentes os “típicos fans”;
- “B” onde estão os hooligans que às vezes se envolvem em episódios violentos;
- “C” onde estão os hooligans “hardcore” que sempre estão envolvidos com violências.

O autor ainda relata que a polícia estima que existem cerca de 600 integrantes da categoria C e 250-300 da categoria B que se envolvem em episódios violentos sob influência do álcool. Romera e Reis (2009, p.546) destacam: “a estreita relação existente entre futebol, torcidas, uso abusivo de álcool e sociedade”.

O que inicialmente parece ser uma violência espontânea se tornou coordenada e orquestrada e a rede como um todo facilitou tanto na mobilização dos

membros da própria torcida quanto para desafiar torcidas adversárias (SULLIVAN, 2001).

Apesar da denominação hooligans ser utilizada no Brasil, existem algumas diferenciações entre os hooligans ingleses e as torcidas organizadas brasileiras. Dentre elas destaca-se a organização, enquanto as torcidas brasileiras constituem entidades jurídicas e possuem estrutura formal com estatuto, eleições, dentre outros, os hooligans possuem estrutura hierárquica, porém são intuições bem mais informais; os vínculos, onde os torcedores organizados brasileiro estabelecem tanto com outras torcidas quanto com outros setores da sociedade, enquanto os hooligans acabam por realizarem apenas alianças estratégicas que favoreçam suas ações violentas; a sede, a qual para os hooligans são os bares e pubs, os torcedores organizados possuem uma sede fixa a qual também é utilizada para outros eventos; as questões políticas, que estão muito mais presentes nos hooligans; as vestimentas, enquanto os hooligans utilizam, geralmente, roupas relacionadas com o clube, os torcedores organizados brasileiros utilizam roupas com símbolos que fazem referência as torcidas e não ao clube (LOPES; CORDEIRO, 2010).

Por outro lado existem também aproximações entre as características dos hooligans e das torcidas organizadas, como a questão dos cantos entoados nos estádios, os quais apresentam letras que utilizam termos de combate e conquista, insinuando a violência (REIS, 1998).

De acordo com Pimenta (1997) as torcidas organizadas têm como fonte de renda:

- a) A contribuição mensal dos sócios;
- b) O comércio de souvenir;
- c) A contribuição dos clubes, de políticos, de empresas, dentre outros.

Segundo Grabia (2012) as barras bravas possuem como fonte de renda:

- a) A revenda de ingresso, os quais eram entregues gratuitamente pelo clube a torcida;
- b) O pagamento de “pedágios”, de comerciantes que trabalhavam dentro ou ao redor do estádio, de quem estacionasse ao redor do estádio, de torcedores ilustres, de jogadores e de dirigentes.

A tabela 2 apresenta um resumo de pesquisas realizadas, comparando os resultados dos torcedores brasileiros e de outros países, dando destaque para os países que apresentam alto índice de violência no futebol.

Tabela 2 - Comparação de aspectos das torcidas organizadas do Brasil e de outros países

Brasil	Outros Países
A idade dos torcedores violentos varia entre 15 e 24 anos.	Na Itália, vai dos 17 aos 33 anos; na Inglaterra, de 16 a 28 anos; na Espanha, de 15 a 27 anos; na Argentina, de 15 a 26. Esses são os países onde atualmente os índices de violência no futebol são mais graves.
No Brasil, 71% é de desempregados ou está na informalidade.	As estatísticas mostram que a situação é bem parecida na Argentina. Na Itália, Inglaterra e Espanha, os torcedores violentos desempregados ou na informalidade chegam perto de 40%.
São provenientes de quase todas as faixas de renda e escolaridade, em especial da chamada “classe média baixa”, e da 5ª série do ensino fundamental à 2ª do ensino médio, embora haja universitários também.	A situação brasileira é mais parecida com a da Argentina e em média semelhante à dos outros países.
É evidente o predomínio de homens com 10 % a 15% de mulheres.	Nos países da Europa, onde conseguimos dados para comparar, o percentual de mulheres, em média, está próximo de 20%. Na Argentina, em torno de 7%. O que acontece na Dinamarca merece destaque, apesar de ser caso único: 45% dos <i>hooligans</i> (lá se escreve <i>roligans</i>) são mulheres. E as mulheres são ativas, organizadas e agressivas.
Algumas relações com cambistas, o tráfico de drogas, gangues urbanas e, a partir da década de 1990, o “crime organizado”. O “mercado negro” de	Nestes itens, o nosso cenário é equivalente aos países observados. Mais na Inglaterra e parece que também na Argentina, a ligação com o tráfico de

armas é um dos pontos mais complicados para o levantamento de números e informações. Em relação aos entorpecentes e ao álcool, o consumo é crescente e chama a atenção. Essa grave situação é mundial. Governos de inúmeros países e a própria ONU colocaram-na na agenda e como prioridade. O consumo de drogas ilícitas e de álcool é uma das causas mais flagrantes das violências que campeiam as sociedades atuais, no futebol e em quase todos os outros segmentos.

armas é bem maior e mais preocupante. Aqui há alguns sinais, ainda não totalmente comprovados pelas investigações.

Comunicação e organização dos confrontos em rede, pela internet.

Situação semelhante com os outros países.

Treinamento em lutas marciais e o uso de táticas militares. Nesse aspecto, a prepotência e a covardia, características dos agressivos, ficam mais acentuadas porque eles são treinados em lutas, como boxe tailandês, jiu-jítsu, *krav maga*, caratê, MMA, luta livre. As técnicas são sempre de ataque, empregam muita força física, violência, “golpes mortais” e o uso de “armas brancas” como bastões, soco-inglês e o *tchaco*, além de as academias muitas vezes serem clandestinas. A atitude e os atos violentos chegam a casos extremos.

Também nesse ponto, que tem se agravado em todos os países, o panorama brasileiro é semelhante a outros. Na Itália e na Inglaterra, o controle das forças de segurança é bem mais rigoroso e os resultados, satisfatórios. Espanha e Argentina vêm logo a seguir, e o Brasil ainda deixa muito a desejar.

Fonte: Adaptado de MURAD (2012)

Murad (2012) ainda destaca outros itens que auxiliam na compreensão da violência no futebol, mas que também estão ligadas a toda a sociedade, tais como: o

uso de drogas lícitas e ilícitas, o comportamento machista, a visibilidade excessiva que é dada pela mídia dos atos violentos e de seus efeitos, a fama que é dada a estes indivíduos que aparecem na televisão e a desagregação de valores.

Fazer parte de uma torcida organizada traz a sensação de pertencimento, Cavalcanti (2002, p. 47) afirma que: “há uma condição identitária”, quando os membros dessas torcidas afirmam que fazem parte da mesma. O autor ainda ressalta que para tal sentimento de pertencimento identitário, os membros das torcidas organizadas fazem usos de camisetas, bonés, bandeiras, faixas, tatuagens, dentre outros.

Pertencer a determinado grupo, acaba gerando uma experiência que está em certa contradição com as experiências da infância do indivíduo (HORKHEIMER E ADORNO 1986a). De certa forma podemos entender isso como um conflito entre o novo grupo e o microgrupo familiar.

4. IDENTIDADE

Quando falamos de identidade, devemos levar em conta alguns aspectos, tais como: de que sujeito estamos falando, de qual período histórico estamos analisando, isto é, devemos analisar todo o contexto para podermos ter a compreensão e o entendimento necessário nessa questão.

Inicialmente, em relação à definição:

Tomando-se identidade como um conceito, verifica-se que este diz respeito tanto a uma certa imagem que um indivíduo tem de si, como a que o outro faz dele; consiste no processo pelo qual os outros reconhecem as singularidades de uma pessoa, os traços distintivos objetivados em características físicas, emocionais, intelectuais, grupais e comunitárias. Para a pessoa, um suposto eu, uma ilusória unidade conceitual (MATUCK; MEUCCI, 2005, p.159).

Conseguimos perceber então que a identidade está relacionada a um processo dinâmico, isto é, ela é formada pela influência de diversas variáveis do próprio sujeito. Barros Filho, Lopes e Isler (2005 apud Recuero,2007, p .6) definem identidade como: “todo o tipo de manifestação que um indivíduo se atribui”. E:

Nessa perspectiva, pode-se definir identidade como um processo de apresentação e atribuição de qualidades a um sujeito, segundo sua cultura, atitudes, aparência e também com base na expressão de seus valores. Tais qualidades, embora não possuam uma correlação absoluta, e não formem uma unidade, possuem semelhanças entre si, constituem protótipos socialmente definidos, que aglutinam os diversos fragmentos do que se chama “eu”: o eu profissional, o eu religioso, o eu torcedor, o eu paterno etc. (MATUCK; MEUCCI, 2005, p.159).

Além das características do próprio sujeito, também ocorrem influências do ambiente o qual ele está inserido, sendo que o “eu” pode ter diversas manifestações em diferentes ambientes.

Hall (2001) apresenta três diferentes concepções de identidade em momento distintos da história:

- a) Identidade do sujeito do Iluminismo: onde a concepção era de individualidade, do indivíduo totalmente centrado e a questão da identidade aparentemente era rígida permanecendo com o sujeito ao longo de toda a sua vida.

- b) Identidade do sujeito sociológico: neste momento percebe-se que é necessário uma identidade mais flexível diante da complexidade do mundo moderno e, portanto ela passa a ser formada na interação entre o sujeito e a sociedade.
- c) Identidade do sujeito pós-moderno: onde as perspectivas identitárias são múltiplas, isto é, o sujeito possui diferentes identidades que são assumidas em diferentes momentos e contextos.

Notamos então que a identidade também foi se moldando e se adaptando nos períodos históricos, inicialmente mais rígida e posteriormente com amplas possibilidades.

Enquanto antigamente indivíduos conviviam apenas com uma identidade, hoje conseguimos assumir e conviver com múltiplas identidades (NÓBREGA, 2010). Recuero (2007), em uma pesquisa realizada no Orkut, suspeita que alguns perfis são criados a partir da mescla de identidades *online* e *offline*.

Costa (2009) aponta para as alterações das relações tempo e espaço com o desenvolvimento das tecnologias, a partir disso a identidade é outra, ocorrendo uma desterritorialização do sujeito.

Quando estamos trabalhando com as identidades virtuais, estamos trabalhando na perspectiva do sujeito pós-moderno descrito por Hall (2001), onde o indivíduo possui identidades múltiplas e multifacetadas. Essas identidades virtuais podem ser tanto idêntica a real, quanto qualquer outra que criarmos, ela está associada especificamente então a criação de perfis e avatares em redes sociais, jogos virtuais, programas de conversação, dentre outros. Recuero (2007) também aponta que a construção de identidades virtuais também busca uma aceitação social tanto off-line, quanto online e as características que compõem o perfil das pessoas nos ambientes virtuais, também despertam um sentimento de pertença a um determinado grupo o qual, muitas vezes, não era visto fora do ciberespaço.

Machado, Zanetti e Moioli (2011) destacam também que na pós-modernidade a identidade em suas múltiplas possibilidades, podendo ser intencional ou espontânea, resolve o problema da temporalidade onde cada indivíduo pode revelar suas manifestações naquele momento, sendo que logo em seguida isso poderá ser alterado ou também poderemos ter novas criações.

Nesta perspectiva Nóbrega (2010) compara a questão da troca de identidade às trocas de roupas, enfatizando a frequência com que se realiza essa troca e a

grande quantidade de opções identitárias existentes, ressaltando a mídia como espaço ofertado para essas trocas. Dentro desta perspectiva midiática, a autora ainda destaca, especificamente, as redes sociais de relacionamento, tais como Facebook, Twitter, MySpace, dentre outras ou até jogos como o Second Life e programas de conversação como o Skype como facilitadoras neste processo já que: “[...] configuram-se como um cenário amplo em que é permitido construir e divulgar a - ou as, já que o plural revela-se sempre mais adequado para falar de identidade - concepção identitária que se deseja” (NÓBREGA, 2010, p. 96). Zanetti (2013) também afirma que as redes sociais e a internet como um todo, parecem facilitar a criação de novas identidades.

Nas redes sociais é possível criar identidades, sem que estas afetem, de modo geral, o mundo real ou off-line, pela possibilidade da utilização de perfis fakes ou apenas da mudança de nomes, fotos, dentre outros (RECUERO, 2007). A identidade passa a ser não somente definida pelo o que eu menciono em meu perfil, mas também pelos amigos e páginas que estão relacionadas com meu perfil e como eu me relaciono com tudo isso (MOCELLIM, 2007).

De acordo com Castro (2011), a imagem que temos da identidade virtual do outro ocorre de acordo com as informações que temos desse indivíduo, tais como: perfis em redes sociais, sites e/ou blogs pessoais ou que trazem relatos do indivíduo, dentre outros.

A identidade do grupo é formada então pelo conjunto de atitudes que o grupo toma, mas também por como os outros veem o grupo. A partir daí também haverá o sentimento de pertencimento dos indivíduos àquele grupo específico (ALVES-MAZZOTTI, 2008).

Nóbrega (2010) e Reboredo (1995) aponta que quando afirmamos sermos parte de determinado grupo, criamos dois grupos, o “nós” e os “outros” sendo que esse sentimento de pertença pode chegar a extremos, como é o caso das brigas entre torcidas organizadas, religiões, países, dentre outros. Matuck e Meucci (2005) apontam isso como identidade criada pela alteridade, destacando que está é tão importante quanto a autodefinição.

Segundo Maffesoli (1998 apud NÓBREGA, 2010, p. 98), “com a necessidade de identificação com o grupo, há um descolamento do próprio ego em nome do ego da comunidade. É o que ele chama de tribalismo pós-moderno”. Podemos notar então que, a identidade assumida nesses casos é a coletiva em detrimento da

individual, isto é, para pertencer ao grupo, o indivíduo assume as características do grupo. Além disso, a interação social nos ambientes virtuais tem um efeito potencializador nas múltiplas tribos as quais cada indivíduo pode pertencer (FRAGOSO; REBS; BARTH, 2011).

Identities marginais passaram a ter um importante espaço no ambientes virtuais, podendo agrupar-se e se manifestarem de modo que não era possível no mundo *off-line* (RECUERO, 2007).

Algumas características devem estar presentes para que se estabeleça uma comunidade, tais como: interação, sentimento de pertença, algumas identidades, alguns interesse comuns, dentre outros (PERUZZO, 2002).

Donath (1999 apud RECUERO, 2007, p. 12) aponta a linguagem utilizada na rede como importante fator na construção da identidade virtual, sendo que isto pode facilitar a identificação do sujeito e/ou de quais grupos ele está associado.

As identidades então, em nossa realidade pós-moderna, nada mais são, na maioria dos casos, do que representações do que os sujeitos gostariam de ser, isto é, identidades idealizadas (NÓBREGA, 2010; RECUERO, 2007). Isso também é válido para as “postagens nas redes sociais” e podemos analisá-la pelo aspecto da subjetividade. Quando alguém “posta” uma foto no Facebook será que realmente ela se sente daquela maneira que a foto nos transmite ou se ela escreve uma mensagem será que ela está se sentindo assim mesmo ou é isto que ela quer transmitir na rede social, ela estando bem ou não? Quando pensamos em identidades múltiplas e multifacetadas isso fica realmente subjetivo e possivelmente sofra variações de acordo com qual das identidades virtuais o indivíduo quer aparecer naquele momento específico (RECUERO, 2007).

Segundo Castro (2011) não necessitamos estar satisfeitos com nossa identidade verdadeira no ciberespaço, já que o mesmo nos oferece inúmeras possibilidades de atuações e interações. Realmente existem diversas alternativas que são viabilizadas no ciberespaço, um exemplo claro disso são os avatares.

De acordo com Zanetti (2013) existe uma grande preocupação em relação aos corpos virtuais, especialmente na criação dos avatares quando podemos criar corpos com padrões estéticos definidos pela sociedade, corpos que almejamos ter, ou qualquer outra possibilidade que venha a surgir eventualmente. Recuero (2007) afirma que o ciberespaço permite uma “segunda vida”, onde esconde-se a identidade real.

Silva (2000) afirma que identidade e diferença são inseparáveis, já que, quando assumo ter determinada identidade e/ou assumo pertencer a um determinado grupo, isso significa que estou negando todas às outras possibilidades dentro deste aspecto. O autor traz como exemplo a afirmação: “sou brasileiro”, nesta afirmação temos que analisá-la que, além de assumir uma nacionalidade, estou negando todas as outras. A mesma premissa vale para diversos outros aspectos, como as torcidas, quando assumo torcer por determinada equipe e/ou fazer parte de determinada torcida organizada, isso significa que estou negando todas as outras, neste caso especificamente, as equipes rivais. Logo:

Em geral, consideramos a diferença como um produto derivado da identidade. Nesta perspectiva, a identidade é a referência, é o ponto original ao qual se define a diferença [...]. Isso reflete a tendência a tomar aquilo que somos como sendo a norma pela qual descrevemos ou avaliamos aquilo que não somos (SILVA, 2000, p. 75 - 76).

Podemos notar então que a diferença é vista por esse autor como produto da identidade, além disso, onde há essa relação está presente o poder, pois surgem outras relações tais como: inclusão e exclusão, delimitar fronteiras, classificações e questões de normalização (SILVA, 2000).

Usuários de ambientes virtuais tem a possibilidade de personalizar seus avatares, no Second Life, por exemplo, os usuários podem construir identidades virtuais “flexíveis”, onde os mesmos podem editar: olhos, ouvidos, nariz, boca, queixo, cabeça, altura, espessura do corpo, gordura corporal, pernas e tronco, bem como personalizar suas vestimentas e perfis. A criatividade utilizada por usuários no ambiente virtual está intimamente ligada ao conceito de identidade (JIN, 2012). E:

Assim, várias “novas identidades” começaram a surgir, oriundas não apenas do advento da comunicação interativa oferecida Internet, como também da possibilidade e da segurança oferecida por este suporte digital. Identidades marginais começaram a ter um espaço no ambiente virtual que nunca foi possível no universo *offline*, podendo assim, manifestarem-se e construir-se de forma mais coesa e fortificada, de modo que seus ideais e princípios puderam ser acessados e vistos pelo mundo todo (RECUERO, 2007, p. 1-2).

Moioli (2013) afirma que a relação entre jovens e tecnologias digitais provoca diversas desordens, as quais tem interferência direta com a construção da

identidade. O autor ainda destaca que isso não é diferente no caso dos atletas, os quais, sem orientação, podem construir identidades fragmentadas.

4.1. Fake

Como observamos uma das perspectivas identitárias utilizadas atualmente em grande escala são os perfis fake. Para Rebutini (2012, p.65): “as contas “fakes” assumem para si uma identidade que não é própria de quem abriu a conta”.

Mocellim (2007, p.114) diz que: “alguém não pode ser considerado fake de si mesmo [...]”, já que, quando alguém coloca em seu perfil nas redes sociais características que não são verdadeiras, o autor afirma: “[...] os usuários costumam dizer que a pessoa está criando outra identidade, criando um personagem, sendo falso, exagerando”. Notamos então que a identidade das contas fake não são características dos sujeitos que as criam, já que não podemos ser fakes de nós mesmo, apenas podemos alterar algumas características.

Mocellim (2007) classifica os *fakes* em 4 tipos:

- a) *Fakes* obviamente falsos: são criações “aleatórias” que geralmente deixam transparecer que são *fakes*.
- b) *Fakes* que busca copiar personagens ou pessoas reais, esses, às vezes deixam claro que são *fakes*, enquanto outras tentam convencer de que realmente são quem eles se propõe a ser. Isso, por vezes, acaba por motivar as verdadeiras pessoas a criarem contas, como aconteceu com o atleta de basquete Shaquille O’Neil¹, em exemplo citado por Rebutini (2012) .
- c) *Fakes* espíões os quais tem como único intuito investigarem as páginas de outros usuários sem serem notados.
- d) *Fakes* que se propõe como pessoas verdadeiras: são perfis de pessoas “novas”, que no máximo copiam fotos já existentes, se socializam bastante principalmente visando não serem reconhecidas como *fakes*.

¹ - De acordo com Rebutini (2012, p.65), o jogador de basquete Shaquille O’Neil: “só abriu uma conta no Twitter depois de descobrir que alguém estava se passando por ele, descrevendo a sua suposta rotina diária e angariando milhares de fãs”.

Podemos perceber a dimensão que os perfis fakes vem tomando atualmente de acordo com numa notícia publicada no site Uol (2012, p.1): o número de perfis falsos na rede social chega a 83,09 milhões. “Isso significa que a cada 11 (ou 12) perfis da rede social, um é falso.” Isso representa 8,7% dos perfis, considerando os 955 milhões de usuário na época do levantamento feito pela Comissão de Segurança dos Estados Unidos em informação do mesmo site.

Podemos notar que as redes sociais nos trazem realmente uma negociação com nossas identidades, isto é, seremos no virtual quem somos no real, modificaremos algumas de nossas características ou seremos um *fake*? Talvez isso dependa dos nossos objetivos ao entrarmos em alguma rede social.

Às vezes podemos nem notar, mas todas essas questões acabam passando por nossa mente quando estamos criando um perfil para ingressar em uma rede social. Além disso, entrariam outras questões como “privacidade x intimidade”, questão a qual também perpassa pelos mesmos objetivos citados anteriormente.

De acordo com Mocellim (2007) o controle da intimidade está ligado diretamente com a identidade virtual, pois podemos não preencher determinadas informações em nosso perfil simplesmente por não quisermos expor aquilo, isto é, não querer que todos saibam sobre aquilo. Isso também vale para as mensagens que trocamos na rede e para as páginas que mencionamos. O autor ainda destaca que no Orkut dificilmente alguém teria sua intimidade exposta, já que as informações do perfil só são colocadas com a ação ativa do usuário.

Pode também ocorrer uma outra situação em relação a negociação de identidades, o individuo real pode se modificar para assemelhar-se ao seu perfil virtual. Possivelmente essa seja uma situação mais difícil de acontecer, mas nota-se que muitas vezes o individuo pode encontrar uma ancoragem subjetiva relativamente estável nas redes sociais e isto poderá auxiliá-lo em sua vida real (MARRA e ROSA; SANTOS, 2013).

5. REDES SOCIAIS

Inicialmente, sabe-se que grandes avanços vêm acontecendo no campo da tecnologia e que tais avanços refletem diretamente no âmbito da ciência, tudo isso causa alterações em nossas vidas. Sendo assim:

Avanços tecnológicos e incursões ao ciber são conversas rotineiras entre pesquisadores, alunos e demais participantes de círculos onde se traçam olhares para um futuro, quer seja breve ou longínquo. Alguns com muita propriedade, outros mais tímidos, mas todos percebendo que o ciberespaço é inegável e a ciberciência irrevogável. (Machado, 2012, p. 101)

Atualmente, temos um grande aumento nas pesquisas realizadas sobre a cibercultura, nas suas mais diversas possibilidades. Fragoso, Recuero e Amaral (2011) apontam a internet como importante ferramenta para pesquisas, destacando a possibilidade de busca de informação em banco de dados e a capacidade de comunicação interativa. Ellison, Steinfield e Lampe (2007) apontam o Facebook como um rico local para pesquisadores.

Rheingold (1993) trabalha com a questão do ciberespaço, originalmente um termo de ciência-ficção no romance *Neuromancer* de William Gibson, é o nome que algumas pessoas utilizam para o espaço conceitual onde as palavras, as relações humanas, dados, riqueza e poder são manifestados pelas pessoas que utilizam a tecnologia da comunicação mediada por computador (CMC).

De acordo com Recuero (2009) uma das mudanças mais significativas que o advento da internet trouxe para a sociedade é a possibilidade de se expressar e de se comunicar por meio da CMC.

Salgado e Lóscio (2002) afirmam que um dos meios mais utilizados para a disseminação de informações é a Web, tendo como principais aplicações: bibliotecas digitais, museus virtuais, catálogos de serviços e produtos, informações governamentais, dentre outras.

Alarco e Álvarez-Andrade (2012) ressaltam que a internet trouxe grandes melhorias no campo das pesquisas por meio de ferramentas online que revolucionaram as formas antigas de coleta de dados que hoje vem ficando obsoletas.

Braithwaite et al. (2003) apontam como vantagens da utilização da realização de pesquisas online a facilidade de implementação, o potencial de realizá-las em larga escala, o baixo custo de implementação, dentre outros.

Portanto, percebemos que as redes sociais facilitam e simplificam algumas questões da pesquisa, especialmente na redução de custos para coleta de dados em larga escala e em diferentes localidades geográficas. Além disso, a tabulação dos dados, por meio de questionários aplicados online, na maioria das vezes, já está pronta e isso também otimiza o tempo.

Por outro lado, deve-se tomar o cuidado de direcionar, tanto na divulgação, quanto por meio das perguntas, o questionário ao público-alvo, com a intenção de evitar que indivíduos que não façam parte do grupo pesquisado respondam as perguntas.

Amaral e Montardo (2010) realizaram um levantamento sobre as publicações referentes ao tema cibercultura produzidas no Grupo de Trabalho TIC e Sociedade/Comunicação e Cibercultura, da Associação de Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós) destacaram os seguintes temas: linguagem, crítica da técnica/do imaginário tecnológico, subjetividade, apropriação tecnológica, economia política da comunicação mediada por computador, ciberativismo, epistemologia, imaginário tecnológico, inclusão digital, práticas de consumo mercadológico e socialização online. O estudo ainda comparou os dados com os anais da AOIR (Associação de Pesquisadores da Internet) publicados no anuário Internet Research Annual e na revista Information, Communication and Society nos Estados Unidos e verificou semelhança em relação as temáticas analisadas. O período analisado foi de 2000 a 2010 em ambos os casos

As autoras ainda analisaram em outro estudo as publicações do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, entre 2001 e 2010 e acrescentaram as categorias jornalismo digital e entretenimento digital, além de incluir na categoria epistemologia, teorias e métodos, sendo que todas as outras foram as mesmas do estudo citado anteriormente (AMARAL; MONTARDO, 2011).

Em relação as redes sociais, especificamente, de acordo com Garton, Haythornthwaite e Wellman (1997) quando uma rede de computadores conecta pessoas ou organizações, é uma rede social. Outra definição que segue a mesma ideia desta primeira é:

[...] redes sociais referem-se a um conjunto de pessoas (ou organizações ou outras entidades sociais) conectadas por relacionamentos sociais, motivados pela amizade e por relações de trabalho ou compartilhamento de informações e, por meio dessas ligações, vão construindo e reconstruindo a estrutura social (TOMAÉL; MARTELETO, 2006, p. 75).

Podemos perceber então que todas essas relações que ocorrem, nas suas mais diversas possibilidades, constituem as redes sociais. Rollim (2014, p. 32) afirma que: “As redes sociais são consideradas comunidades *online* e tornaram-se fundamentais para análise de uma nova forma de se fazer e estudar sociedade”.

Quando analisamos especificamente as redes sociais virtuais, vemos que esta expressão vem sendo utilizada em diferentes contextos, tanto acadêmico quanto midiático: “[...] para se referir indistintamente a tipos de relações sociais e de sociabilidade virtuais que se diferenciam em dinâmicas e propósitos” (AGUIAR, 2007, p.1).

A autora ainda reitera essa informação: “Redes sociais são, antes de tudo, relações entre pessoas, estejam elas interagindo em causa própria, em defesa de outrem ou em nome de uma organização” (AGUIAR, 2007, p.2).

As redes sociais informais são caracterizadas pelas relações que surgem espontaneamente, isto é, as relações cotidianas, tais como relações familiares, de trabalho, de estudo, dentre outras, as quais estão intimamente ligadas com questões identitárias, de subjetividade e de necessidade (AGUIAR, 2007). Enquanto as formais envolvem posições sociais formais ou padronizadas (KUIPERS, 1999 apud BASTOS; SANTOS, 2007, p. 30).

Mocellim (2007) enxerga o Orkut como uma cidade digital, considerando os milhões de usuários, de perfis e as identidades construídas nessa rede. O Orkut hoje não existe mais, porém, podemos fazer um paralelo nessa afirmação e estendê-la para a maioria das redes sociais, que realmente nada mais são do que cidades digitais.

De acordo com Aguiar e Silva (2010) as redes sociais sempre fizeram parte da realidade humana com o intuito de conectar as pessoas, porém isso foi evoluindo, especialmente com o advento da internet, quando estas tomaram proporções exponenciais.

Atualmente, as redes sociais possibilitam tanto a manutenção de laços de amizade já existentes quanto à criação de novas amizades (ELLISON; STEINFELD; LAMPE, 2007).

Todas essas mídias sociais, tais como Facebook, Twitter, Blogs, Youtube, dentre outros também são utilizadas hoje com o intuito de agrupamento de pessoas para atingir determinado objetivo, como é o caso do ciberativismo que atuou fortemente na primavera árabe e posteriormente em outras como no caso das manifestações realizadas no Brasil em junho de 2013 (LEMOS, 2013; MALINI; ANTOUN, 2013).

Outro conceito importante é comunidades virtuais, que são agregações sociais que emergem da internet quando um número suficiente de pessoas desenvolvem discussões públicas por tempo suficiente, com suficiente sentimento humano, para formar redes de relações pessoais no ciberespaço (RHEINGOLD, 1993).

A figura 3 representa então como se dá o interesse inicial que motiva um indivíduo a participar de uma comunidade online, sendo que esta curiosidade pode ser pela atividade, pelo objeto ou pelo grupo. Inicialmente pode ser que essa pessoa não se envolva com as atividades da comunidade e que com o tempo aconteça um aumento nas comunicações e no comprometimento desde indivíduo com o grupo, sendo que, todas as outras informações descritas acima e abaixo das setas acompanham esse desenvolvimento de comprometimento com a comunidade.

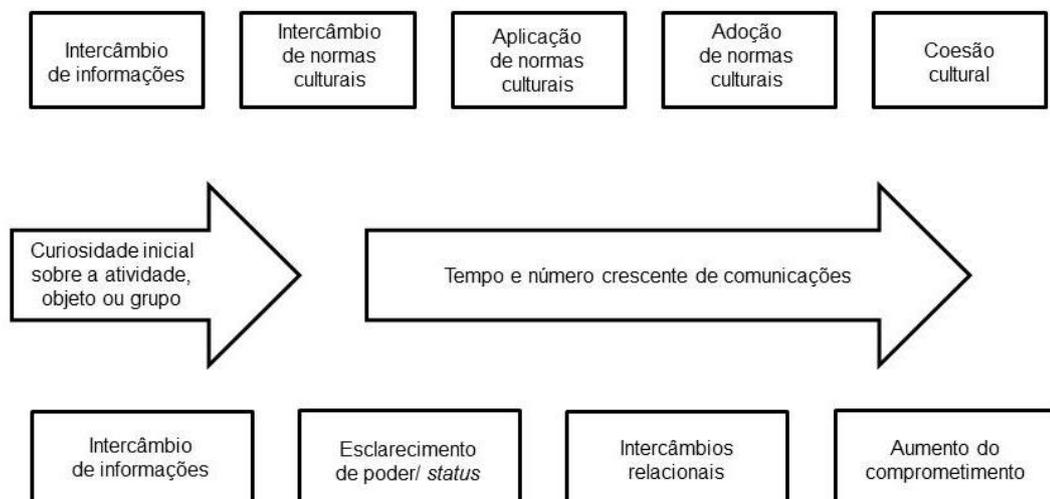


Figura 3 - Progressão do desenvolvimento da participação em comunidade online
Fonte: Kozinets (1999, 2014, p. 33)

A figura 4 representa os tipos de participação possíveis em uma comunidade online, sendo que, os mesmos, são classificados de acordo com a importância da atividade de consumo e a força dos laços comunitários.

Ainda na figura 4, podemos observar que as dimensões diagonais inferiores representam indivíduos que com o tempo podem se tornar principiante ou sociável, enquanto as diagonais superiores representam indivíduos que estão mais envolvidos que as categorias devoto e confidente respectivamente, isto é, as diagonais são dimensões adicionais que diferenciam de forma mais específica os indivíduos que estão inseridos em uma comunidade virtual.

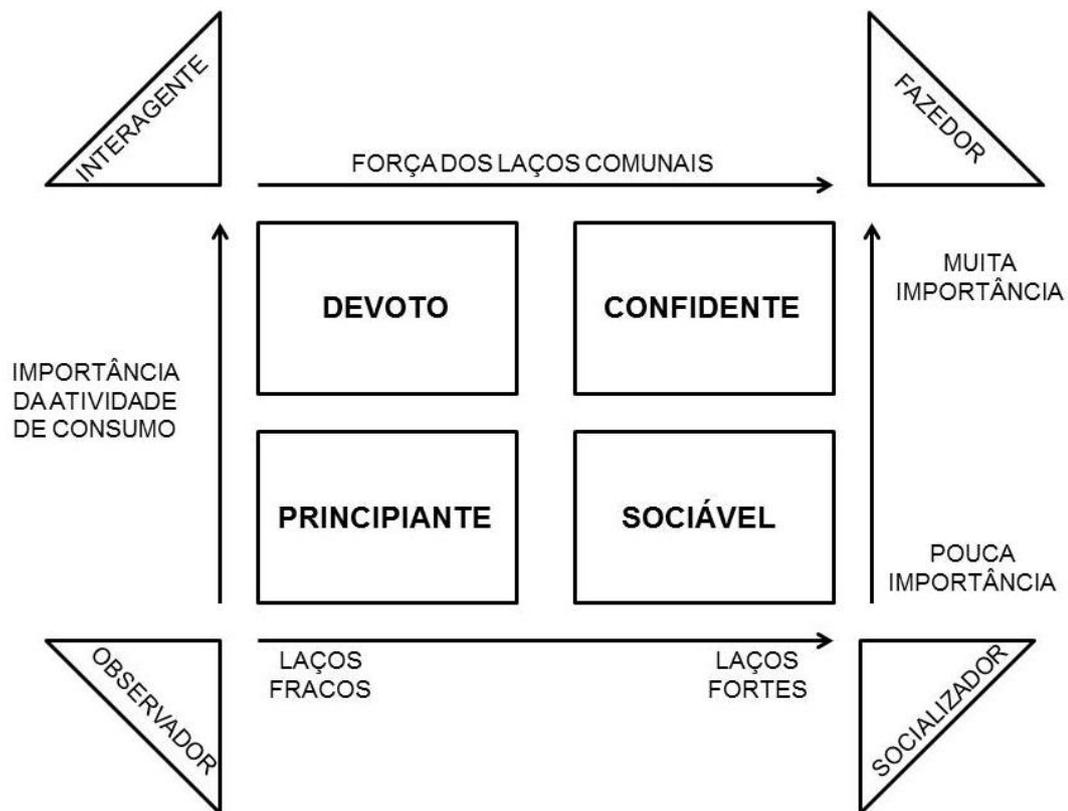


Figura 4 - Tipos de participação em comunidades online
Fonte: Kozinets (1999, 2014, p. 38)

Recuero (2009, p. 102-103) diferencia sites de redes sociais de redes sociais, sendo que: “sites de redes sociais são os espaços utilizados para a expressão das redes sociais na Internet”. A autora ainda ressalta que: “embora os sites de redes sociais atuem como suporte para as interações que constituirão as redes sociais, elas não são, por si só, redes sociais”.

Boyd e Ellison (2007) definem sites de redes sociais como serviços baseados na web que permitem aos indivíduos:

- 1) Construir um perfil público ou semi-público dentro de um sistema limitado;
- 2) Articular uma lista de outros usuários com os quais eles compartilham uma conexão;
- 3) Visualizar e examinar suas listas de conexões e aqueles feitos por outros dentro do sistema, sendo que a natureza e a nomenclatura dessas conexões podem variar de site para site.

5.1. Facebook

O Facebook é um website de rede social muito popular atualmente. Segundo estatísticas, do dia 30 de julho de 2015 existem cerca de 968 milhões de usuários ativos diariamente e esse número é ainda maior quando analisado a atividade mensal, chegando a 1,49 bilhões de usuários ativos (FACEBOOK, 2015).

Inicialmente, para poder participar do Facebook era necessário um endereço de e-mail específico instituição anfitriã, o que vinculava ainda mais redes off-line para a adesão online (ELLISON; STEINFELD; LAMPE, 2007).

Ellison, Steinfield e Lampe (2007) buscaram em seu estudo analisar as redes sociais partindo do pressuposto que quando online e off-line se sobrepõe a direção que é tomada é do online para o contato face a face. O estudo buscou analisar situações nas quais o público-alvo para o perfil e o público real estão alinhados, isto é, público online e off-line. O Facebook foi utilizado como contexto da pesquisa, visando identificar se laços de amizade off-line pode ser gerado por ferramentas on-line.

Os resultados demonstraram uma forte ligação entre o uso e os indicadores de laços de amizade no Facebook, o uso da Internet por si só não realizou nenhuma modificação, o uso intensivo do Facebook sim. O estudo ainda conclui que interações online não necessariamente significam remover pessoas de seu mundo offline, mas na verdade podem ser utilizadas para apoiar os relacionamentos e manter as pessoas em contato (ELLISON; STEINFELD; LAMPE, 2007).

O Facebook também pode proporcionar alguns medos, dentre eles, destacam-se o medo de situações indesejadas e de violência, o medo da exposição, o medo difuso e o medo de mal entendidos, já que o Facebook apresenta, em

alguns momentos, características de comunicação unidirecional (MARRA E ROSA; SANTOS, 2013).

Patrício e Gonçalves (2010) realizaram um estudo buscando identificar e explorar o potencial educativo do Facebook, os autores identificaram diversas possibilidades desta rede social, proporcionando a criação de um ambiente de aprendizagem cooperativo e colaborativo. Por meio deste estudo, os autores verificaram que o Facebook pode ser utilizado com um recurso para auxiliar na aprendizagem e/ou até como instrumento pedagógico, promovendo maior participação e interação entre os alunos.

Então, notamos que a expansão do Facebook, apesar de uma ferramenta recente, se dá em grandes proporções e o mesmo pode ser utilizado com diversos intuitos, sendo de grande utilidade em diversas áreas.

5.2. Jovens

Quando nos referimos a “Geração Net”: “[...] falamos de gerações compostas por jovens que utilizam a Internet no seu dia-a-dia, não só como meio de obtenção de informação, mas também como meio de comunicação e entretenimento” (TAPSCOTT, 1997 apud MONTENEGRO, 2010, p.20).

Essa geração também é conhecida como Geração Z, justamente devido a sua grande marca que é zapear, sendo que este verbo significa mudar constantemente o canal da televisão e isso apresenta uma das características dessa geração, que é a de realizar várias atividades simultaneamente (CERETTA; FROEMMING, 2011).

Cardoso e Espanha (2009, p.4) afirmam que: “os jovens apropriam os media como espaços onde exercitam a sua autonomia e onde aprofundam e mantêm as suas redes de relações íntimas”. Os autores ainda destacam que isso tudo fica mais evidente na internet e que o grande sucesso dos celulares entre os jovens é explicado pela facilidade que estes objetos apresentam na execução dos exercícios acima citados.

Tapscott (2010 apud CERETTA; FROEMMING, 2011, p. 18) apresenta oito características dessa geração:

1. Liberdade;
2. Customização;
3. Escrutínio;
4. Integridade;

5. Colaboração;
6. Entretenimento;
7. Velocidade;
8. Inovação.

Montenegro (2010) analisou as representações, consumos, perspectiva e expectativas que os jovens apresentam frente à internet e identificou o ambiente propício devido à facilidade de acesso, especialmente em casa e na escola. Outros fatores importantes considerados pelos jovens são: interatividade, liberdade de escolha e redes sociais, sendo esta última com o intuito de criar novas amizades e manter as já existentes. As redes sociais online ou ferramentas de comunicação também são muito valorizadas e o celular apresenta grande importância como facilitador da utilização destas ferramentas.

Barcelos (2010) investigou os papéis que a nova mídia desempenha na socialização dos adolescentes e verificou que um dos principais motivos que os jovens relatam para fazerem uso dessa nova mídia é a questão da conectividade, especialmente no que diz respeito aos laços sociais, tanto os off-line que são levados para o online, quanto os novos relacionamentos criados.

Behairy et al. (2006) investigaram as motivações de jovens entre 18 e 25 anos, todos estudantes de graduação, para a utilização de tecnologias de comunicação e identificaram como principal motivo a necessidade de conexão. Os resultados ainda sugerem que os jovens usam diferentes tecnologias para se conectar com seus amigos, familiares, novas pessoas e comunidades de interesse, sendo que ao realizar isso, eles cultivam suas relações existentes, conhecem novas pessoas e se tornam membros de comunidades mais amplas.

Outro fator importante é que os jovens, na maioria das vezes, são os *webmasters*, responsáveis pela criação e administração dos sites e *fanpages* oficiais das torcidas organizadas.

A questão da agressividade nos textos escritos nessas páginas, com desprezo ao adversário, ao torcedor da equipe não pertencente àquela torcida e as autoridades, é classificada por Rocco Junior (2007) como *cyberpunk*. Sendo definido como:

[...] uma emergente subcultura jovem, fusionando autoritarismo punk com amor pelas novas tecnologias de ponta (...) ou um modo de vida centrado em torno das tecnologias computacionais, música hardcore

e agressividade adolescente. O cyberpunk nos dá a habilidade de ser livre. A tecnologia pertence ao jovem e deve ser explorada em seu proveito. Esta é a nova era [...] (LEMOS, 2002, p. 200 apud ROCCO JUNIOR, 2007, p. 47).

Horkheimer e Adorno (1986a, p. 74) apontam para a questão de: “ [...] novas configurações de microgrupos que oferecem ao indivíduo uma cobertura coletiva, estreita solidariedade e alguns esquemas de identificação”. Uma das faixas etárias em que esses grupos perpetuam é entre os jovens, sendo que os autores trazem como exemplo a questão das *juvenile gang* nos Estados Unidos.

Com certeza existem momentos que favorecem o surgimento desses grupos, pois eles dependem da sociedade, tanto é que comumente grupos extremistas surgem após as guerras.

Não podemos então, deixar de lado a questão dos jovens, quando analisamos todas essas questões apresentadas, pois eles são membros dessa geração e responsáveis por tais acontecimentos.

6. CIBERVIOLÊNCIA

Com o crescimento e avanços das novas mídias, temos o crescimento da ciberviolência, sendo que ela irá permear todos os agrupamentos sociais, muitas vezes independente da sua vontade e/ou de estar conectado na rede, já que qualquer um pode colocar uma foto, um texto ou qualquer outro item com a intenção de violentar algum indivíduo.

Primeiramente, não podemos perder de vista que a ciberviolência emerge de algumas questões da violência cotidiana, as quais apenas são transferidas para o ciberespaço, enquanto outras surgem por meio deste novo meio o qual apresenta diferentes perspectivas.

Para tanto Mio, Citati e Gimenez (2013) trazem uma definição de violência a partir da análise semântica da palavra, a qual é proveniente do latim, podendo ser definida como uso da força para produzir dano. As autoras ainda afirmam que podemos fazer algumas divisões como violência política, econômica, social, familiar, escolar, dentre outras.

Andrade (2007, p. 6) diferencia agressão de violência, sendo que: “[...] aceita-se a diferença entre agressão como algo mais instintivo, de base biológica, e a violência, que recepciona um forte componente cultural, sendo, por consequência, uma ação mais específica da espécie humana.”

Costa (1986 apud Andrade 2007, p. 7) complementa: “violência é o emprego desejado da agressividade, com fins destrutivos. Este desejo pode ser voluntário, deliberado, racional e consciente, ou pode ser inconsciente, involuntário e irracional”.

Outro fato importante é que para que uma conduta violenta seja possível é necessária à existência de uma relação de desequilíbrio de poder entre as partes envolvidas, sendo que esta pode ser devido a questões culturais, contextuais ou por manobras de controle (MIO; CITATI; GIMENEZ, 2013).

Após essas definições e diferenciações, apresentamos a seguir como alguns autores classificam violência e a dividem em diversas categorias.

Galtung (1996 apud MIO; CITATI; GIMENEZ, 2013) classifica violência em:

- a) Violência direta: é a realizada por uma pessoa com a intenção de causar dano ao outro.
- b) Violência estrutural: quando não há uma pessoa que efetuou o ato de violência, podendo essa ser interna, quando está relacionada com

questões de personalidade e externa quando está relacionada com questões sociais.

- c) Violência cultural: se refere aos aspectos da cultura que legitimam a utilização da arte, religião, ciência, direito, ideologia, meios de comunicação, educação e outros que venham a violentar a vida.

Mio, Citati e Gimenez (2013) sugerem que se acrescente outras categorias para as diversas formas de violência:

- a) Violência emocional;
- b) Violência juvenil;
- c) Violência de gênero.

Andrade (2007) divide a violência em:

- a) Violência institucionalizada: realizada por instituições. É aquela violência que é, de certa forma, permitida.
- b) Violência interpessoal: praticada fora de instituições, entre pessoas e sem nenhum intuito de representar alguma entidade jurídica.

Pierri (2009) destaca algumas outras formas de violência como:

- a) Violência nas palavras;
- b) Violência por não legislar (omissão);
- c) Violência nas atitudes;
- d) Violência no futebol;
- e) Violência mafiosa, emergente da corrupção.

Machado (2013) aponta a mídia como grande contribuinte para a banalização da violência, especialmente pela grande exposição de imagens e cenas violentas, tanto no âmbito do esporte, quanto em outros ambientes, gerando um processo de “naturalização” da violência.

Como destacamos no início, juntamente com as possibilidades que as novas tecnologias nos oferecem, especialmente as novas mídias, ocorre o crescimento da ciberviolência. Frente a isso também acontece o surgimento de crimes virtuais.

Pinheiro (2006) aponta alguns dos crimes virtuais mais corriqueiros:

- Crimes contra a honra;
- Crimes contra a liberdade individual;
- Crimes contra o patrimônio;
- Crimes contra os costumes.

Podemos perceber então que, todos os casos de fanatismos são violentos por si só, independente de sua vertente, seja ela política, religiosa, ideológica, nacionalista, clubística, dentre outros, pois, acaba-se criando o grupo “nós” e o grupo “outros”, como mencionado anteriormente no capítulo sobre identidades e, assim, sendo fanático eu assumo o meu grupo como verdadeiro e sou totalmente violento com o outro grupo.

Desta forma:

Além dos crimes citados, também podem ocorrer na Internet crimes de lavagem de dinheiro e invasões de privacidade, pixações em sites oficiais do governo, vandalismo, sabotagem, crimes contra a paz pública, a pirataria em geral, espionagem, lesões a direitos humanos (terrorismo, crimes de ódio, racismo, etc), destruição de informações, jogos ilegais, falsificação do selo ou sinal público, falsidade ideológica, modificação ou alteração não autorizada de sistema de informação, violação de sigilo funcional, fraude em concorrência pública, dentre inúmeros outros (PINHEIRO, 2006, p. 21).

A violência é, portanto, potencializada pelas novas mídias, especialmente pelas redes sociais, já que pares continuam a compartilhar o conteúdo, gerando assim um efeito cascata e perdendo o controle sobre a mensagem inicial. Isso faz com que você fique mais vulnerável e assim é mais fácil violentá-lo.

Destacamos aqui que, alguns dos casos mais emblemáticos em nossa sociedade atualmente, são os roubos de identidade, as invasões de privacidade, o *revenge porn*, onde são divulgados conteúdos eróticos, sem o consentimento do indivíduo, como forma de vingança após um término de relacionamento, por exemplo, e o cyberbullying e os cyberhooligans que serão explicados mais detalhadamente a seguir.

6.1. Do bullying ao cyberbullying

Segundo Maldonado (2011, p. 14) o bullying é caracterizado por: “agressões repetitivas, feitas por uma pessoa ou um grupo que tem mais poder com a intenção de magoar, aterrorizar, intimidar, ameaçar, depreciar, excluir e prejudicar uma pessoa ou um grupo com menos poder”.

Para Santander e Bravo (2013) o bullying é uma vertente da violência escolar caracterizado pelo assédio reiterado e pela intimidação, trazendo isolamento e exclusão social da vítima.

De acordo com Olweus (1999 apud SANTANDER; BRAVO, 2013) um aluno está sendo mal tratado ou vitimizado, quando ele ou ela está exposto repetidamente

ao longo do tempo a ações negativas de um outro grupo de estudantes. Portanto, o autor aponta como características que definem o bullying:

- Intencionalidade;
- Persistência no tempo;
- Abuso de poder.

Existem três grupos que estão envolvidos em uma ação de bullying (MALDONADO, 2011; MIO; CITATI; GIMENEZ, 2013; SANTANDER; BRAVO, 2013; ZYSMAN, 2014):

- Os agressores
- As vítimas
- A plateia

Mio, Citati e Gimenez (2013) subdividem esses grupos em:

- Agressor: inteligente que seria uma pessoa “popular” e com boas habilidades sociais, pouco inteligente que seria aquele indivíduo com comportamento antissocial e vítima que é aquele que é vítima de bullying de grupos mais velhos e é agressor frente a grupos mais novos.
- Vítima: passiva que são indivíduos que sofrem as agressões por serem tímidos, não terem amigos, serem fracos fisicamente, dentre outros e provocadora que são aqueles que sofre a agressão por terem um comportamento irritante
- Platéia: amigos do agressor, reforçadores, outros que são “neutros” e defensores da vítima.

Não podemos nos esquecer, que apesar do bullying ocorrer predominantemente nas escolas, ele não é um tipo de violência exclusiva deste ambiente, ocorrendo inclusive no ambiente esportivo (VERZANI; SCHIAVON; MACHADO, 2011; MORÃO; SCHIAVON; MACHADO, 2011).

Por outro lado temos o cyberbullying, o qual se perde ainda mais em sua localidade, já que está no ciberespaço. Talvez o mais interessante de se destacar dessa migração do bullying para o ciberespaço seja a possibilidade alteração do agressor que, enquanto no bullying normalmente é o maior, o mais forte, o mais velho, no cyberbullying pode ser o menor, o mais jovem, o mais novo, o qual muitas vezes é a vítima do bullying (YBARRA; MITCHELL, 2004; ZYSMAN, 2014).

Esse fato indica que uma das características presente na ciberviolência é o aparente ou suposto anonimato do agressor. Por isso, muitos se sentem

encorajados a serem agressores, por acreditarem cegamente nesse anonimato, entendendo que, assim, pode-se realizar qualquer tipo de ação na rede, especialmente aquelas que não se pode realizar no mundo real, pois tais atitudes não serão passíveis de punição (ZYSMAN, 2014).

Osorio (2014) destaca que, por se tratar de uma violência por meio da internet, o cyberbullying não possui como uma de suas possibilidades a violência física, porém, de acordo com o autor, estão presentes outros tipos de violência, tais como:

- Violência verbal: insultos e ameaças escritas;
- Violência psicológica: assédio e perseguição;
- Violência simbólica: segregação e discriminação.

Para Kowaski, Limber e Agatson (2010 apud ZYSMAN, 2014) os métodos de cyberbullying são:

- Insultos eletrônicos
- Perseguição
- Difamação
- Desvelamento e elicitación
- Exclusão e ostracismo
- Cyberperseguição
- "Espancamento feliz": quando são gravadas imagens, fora da internet, de agressões, nudez, dentre outros e compartilhadas nas redes sociais

Fazem parte do cyberbullying, basicamente as mesmas pessoas que participam do bullying: um autor intelectual, um colaborador que executa as ações, uma vítima e, neste caso, a plateia pode ser classificada como “testemunhas silenciosas” (OSORIO, 2014).

6.2. As torcidas violentas e os cyberhooligans

Para iniciar a questão da violência nas torcidas organizadas, é necessário destacarmos que isso está intimamente relacionado com a psicologia das massas, onde massa, no caso das torcidas organizadas, entende-se como um grupo de indivíduos que tem um interesse e/ou objetivo em comum (ANDRADE, 2008). Logo:

No sentido comum, a palavra multidão significa um conjunto de indivíduos, seja qual for a sua nacionalidade, profissão ou sexo, e

independentemente das circunstâncias que os reúnem. Do ponto de vista psicológico, a palavra multidão tem um sentido totalmente diferente. Em determinadas circunstâncias, e apenas nessas, um agrupamento de indivíduos adquire caracteres novos, bem diversos dos caracteres de cada um dos indivíduos que o compõem. A personalidade consciente desvanece-se e os elementos e as ideias de todas as unidades são orientados numa direção única. Forma-se uma alma coletiva, sem dúvida transitória, mas que apresenta caracteres bem definidos. A coletividade transforma-se então no que, à falta de expressão mais adequada, chamarei uma multidão organizada ou, se preferirem, uma multidão psicológica. Passa a constituir um ser único e fica submetida à lei da unidade mental das multidões (LE BON, 1980, p. 10).

O autor ainda ressalta que o encontro de vários indivíduos não significa necessariamente que eles se encontram na caracterização da multidão acima descrita. A citação abaixo exemplifica ainda melhor essa questão e apresenta algumas características das multidões. Então:

O desaparecimento da personalidade consciente e a orientação dos sentimentos e dos pensamentos num mesmo sentido, primeiras características da multidão que se organiza, nem sempre implicam a presença simultânea de vários indivíduos no mesmo lugar. Milhares de indivíduos separados podem, em dado momento, sob a influência de certas emoções violentas, por exemplo de um grande acontecimento nacional, adquirir os caracteres de uma multidão psicológica. Bastará que um acaso qualquer os reúna, para que a sua conduta adquira imediatamente as características especiais dos atos das multidões. Em certos momentos da história, uma meia dúzia de homens pode constituir uma multidão psicológica, ao passo que centenas de indivíduos reunidos acidentalmente podem não a constituir. Por outro lado, um povo inteiro, sem que haja aglomeração visível, pode por vezes, em consequência de determinada influência, tornar-se uma multidão (LE BON, 1980, p. 11-12).

Notamos então que a busca por um objetivo em comum é fundamental para classificarmos esse grupo como uma multidão psicológica e, o indivíduo acaba perdendo suas individualidades em detrimento da identidade do grupo, como sugere Le Bon (1980, p. 13): “na alma coletiva desaparecem as aptidões intelectuais dos homens e, por consequência, as suas individualidades. O homogêneo absorve o heterogêneo e as qualidades inconscientes passam a dominar”.

Outra questão importante é que nas multidões é necessária a existência de pelo menos um condutor, sendo que este, geralmente começa sendo “conduzido” antes de assumir o papel de condutor (LE BON, 1980).

Por fim, Le Bon (1980) afirma que as causas que determinam o surgimento das multidões são:

- a) O simples fato da questão numérica, permitindo agir de modo que, se estivesse sozinho, seria praticamente impossível;
- b) O contágio mental que a multidão causa nos indivíduos;
- c) O poder da sugestão, classificado pelo autor como a característica mais importante, que confere qualidades especiais, diferentes das quais o indivíduo possui isoladamente.

É importante também diferenciarmos os conceitos de grupo e de massa. Onde:

Os grupos são unidades da vida societária que permanecem através das idas e vindas dos seus membros individuais. Não só a sua forma ordem e estrutura são permanentes, mas também o seu impulso vital, seus objetivos, deveres e realizações. Os grupos conservam uma certa independência dos homens, a quem formam e inserem sua própria ordem. (1931 apud HORKHEIMER E ADORNO, 1986a, p. 67)

Para os sociólogos organicistas os grupos têm certo grau de independência em relação aos membros que o compõe (HORKHEIMER; ADORNO, 1986a). Enquanto as massas, que já foram um pouco caracterizadas no início deste capítulo, apresentam com principal característica a uniformização do homem na massa, que de certa forma perdem suas capacidades intelectuais, agindo conforme seus instintos primitivos. (HORKHEIMER; ADORNO, 1986b).

De acordo com Horkheimer e Adorno (1986b) outra característica importante das massas é a figura do líder, que muitas vezes acaba oferecendo ao indivíduo algum substitutivo psicológico, que falta a essa pessoa e assim consegue maior prestígio e os liderados agem conforme suas ordens e visam imitá-lo.

Com essa caracterização, podemos compreender melhor as ações e atitudes dos membros de torcidas organizadas, quando estes se encontram em grupo e esse agrupamento é um dos fatores que pode conduzir a episódios violentos, especialmente relacionados ao futebol, conforme sugerem os estudos a seguir.

Murzi, Uliana e Sustas (2011) relatam que na Argentina existe uma visão que designa as “barras bravas” todos os problemas de violência que ocorrem nos estádios, porém os autores ressaltam outros tipos de violência inseridas no estádio como: algumas ações da polícia, os espectadores ofendendo os árbitros, as músicas

cantadas pela torcida, os atos violentos entre os jogadores e algumas vezes deles para com o público, o tratamento recebido pelos torcedores nos estádios que pagam pelo ingresso e os estádio não possuem instalações adequadas para um jogo de futebol, dentre outras formas de violências. Frente a isso, os autores defendem o uso do termo violências no futebol ao invés do termo no singular.

Spaij (2008) realizou estudos com torcidas da Holanda, Espanha e Reino Unido e notou que um aspecto central do vandalismo no futebol, é a excitação prazerosa associada com o confronto violento. Além disso, análises dos hooligans revelam como eles experimentam uma espécie de "descarga de adrenalina" no confronto com seus oponentes.

Embora para a maioria dos espectadores de esportes a emoção e excitação causada pelo jogo em si é suficiente, os hooligans valorizam as experiências de pico associados à violência simbólica e física no contexto do futebol. Lutar é um dos seus principais atos para combater o tédio e experiência de alta excitação emocional. Muitos desordeiros percebem estilos de vida convencionais e carreiras como chato e sem desafios, apesar de sua atração para o vandalismo ser geralmente temporária e restrita ao período da adolescência (SPAIIJ, 2008).

Ostrowsky (2014) corrobora com Spaij (2008) dizendo que normalmente os jovens do sexo masculino, que são espectadores de esportes, podem ser mais suscetíveis ao comportamento violento, devido ao tédio e a busca por emoção. Curiosamente, além da vida do espectador e amplos fatores sociais, o tédio pode também ser resultado do próprio evento esportivo em si.

Ainda em seu estudo, Spaij (2008) verificou que a participação no grupo e os confrontos entre os grupos proporcionam a chance de experimentar a sensação imediata na forma de excitação prazerosa, que é muitas vezes referida como uma descarga de adrenalina e "melhor do que sexo".

Além da questão da busca por excitação Ostrowsky (2014) identificou outros fatores psicológicos de risco para a participação, de espectadores de esporte, em episódios violentos, tais como:

- Impulsividade;
- Frustração: a hipótese de frustração-agressão, que argumenta que, basicamente, frustração leva à agressão;
- Raiva;

- Psicopatia: é uma característica da personalidade que pode prever o comportamento violento entre os torcedores;
- O efeito falso consenso: é um viés na percepção, na qual um indivíduo sobrevaloriza o quanto os outros concordam com suas escolhas, decisões e comportamentos, ou seja, esse viés leva as pessoas a assumirem que suas escolhas, decisões e comportamentos são comuns e normais, de modo que os outros vão concordar;
- A síndrome do beduíno: a síndrome beduína é um fenômeno relativamente a um padrão de amizades e adversários que se baseia em quatro princípios: um amigo de um amigo é um amigo, o amigo de um inimigo é um inimigo, o inimigo de um amigo é um inimigo e o inimigo de um inimigo é um amigo;
- Identificação pela equipe: alguns torcedores sentem uma forte identificação com o seu jogador e/ou sua equipe. Muitos estudiosos, como Edwards e Rackages (1977), Wann et al. (2003), Lanter (2011), dentre outros, sugerem que essa identificação é um fator no comportamento dos torcedores desordeiros;
- Expectativas causadas pelo consumo de álcool: onde os torcedores consomem bebidas alcoólicas esperando que o efeito do álcool mude seu comportamento.

Na visão de Murzi, Uliana e Sustas (2011) dentre as diversas situações de violência possíveis de se encontrar em um estádio de futebol, a morte é sem dúvida o pior cenário possível que se pode encontrar. Os autores ainda relatam que quando um torcedor morre por consequência de sua ida ao estádio ele mostra na maior intensidade possível o problema da violência.

Após uma análise dos dados referentes a episódios de morte no futebol argentino Murzi, Uliana e Sustas (2011) destacam um aumento significativo no número de mortes dentro de torcedores de um mesmo time, episódios estes, vinculados, na maioria das vezes, as barras bravas e não relacionadas diretamente com o esporte e sim com “acerto de contas”, vingança e questões hierárquicas no interior das barras bravas. Outro dado interessante é que as mortes não se restringem mais ao ambiente do estádio se ampliando para locais que não estão relacionados diretamente com o espetáculo esportivo. Sustas (2011) reitera essa última questão, afirmando que a repressão e a militarização dos estádios, além do controle permanente das torcidas, o aumento das mortes entre torcedores em

diferentes momentos e lugares, demonstram que somente este tipo de medida é ineficaz nos dias atuais.

Como podemos perceber o cenário já é caótico quando analisamos apenas as torcidas no ambiente “real”. Quando elas migram para o ciberespaço isso se torna praticamente impossível. O grupo de torcedores violentos que age no ciberespaço é denominado cyberhooligans.

A primeira briga entre torcidas organizadas, agendada pela internet, que se têm relatos ocorreu na Holanda em 1997 entre torcedores do Ajax e do Feyenoord, sendo que um torcedor do Ajax morreu. No Brasil, a primeira briga agendada pela internet ocorreu em 2005 entre as torcidas do Palmeiras e do Corinthians culminando na morte de um torcedor (O ESTADO DE SÃO PAULO, 2010).

Em relação aos cyberhooligans, temos um grupo que age especificamente no esporte e nada mais é do que uma migração dos hooligans, isto é, dos membros violento de torcidas organizadas para o ciberespaço. Inicialmente é importante destacarmos que as torcidas organizadas têm, cada vez mais, membros jovens, os quais se agrupam nelas e aderem a identidade coletiva da torcida por terem o sentimento da pertença em relação a este grupo.

Outro fato importante é a inversão de papéis, onde os torcedores ganham destaque em detrimento dos atletas, isso acaba se expandindo também com as redes sociais e o jogo não se restringe mais aos 90 minutos (MENEZES MARTINS; MOMBERGER, 2008).

Menezes Martins e Momberger (2008) ainda afirmam que existe a criação de uma espécie de arquibancada virtual e que, os locais que antes eram da violência e da vigilância, se complexificam e se potencializam quando ocorre essa migração para o ciberespaço

Rocco Junior (2007) analisou quatro sites de torcidas organizadas no Estado de São Paulo e encontrou alguns elementos comuns tais como: importância dedicada ao samba e ao carnaval, a questão da violência na agressividade dos textos, no desprezo aos outros, especialmente adversário e o que o autor considera serem “torcedores comuns”, isto pode ser percebido pela utilização de palavras de ordem e também desprezo às autoridades e a ordem social. O terceiro elemento em comum notado pelo autor é a importância destinada ao clube o qual a torcida apoia, mesmo que este espaço seja muito menor que o destinado a própria torcida em si.

Menezes Martins e Momberger (2008) analisaram comunidades no orkut de Grêmio e Internacional após um episódio envolvendo a morte de dois torcedores do Internacional em confronto entre as duas torcidas e verificaram a existência de subgrupos heterogêneos dentro das comunidades. Destacam-se os que apoiavam as mortes, os que eram contrários e os que culpavam a mídia. Ainda neste estudo os autores verificaram que o resultado do jogo e o desempenho da equipe ficam em segundo plano em detrimento da guerra contra o rival, sendo que o orkut foi identificado como a face permanente dos cyberhooligans brasileiros.

Ainda não se têm claras as medidas a serem tomadas visando evitar a ação dos cyberhooligans. Murad (2012) defende como medidas contra a violência entre as torcidas: a curto prazo a punição, a médio prazo a prevenção e a longo prazo a reeducação. Possivelmente essas medidas também possam valer para os cyberhooligans, especialmente as medidas de prevenção que podem evitar confrontos agendados pela internet.

Na Inglaterra, por exemplo, após um episódio trágico ocorrido em maio de 1985 em uma final da Liga dos Campeões da Europa envolvendo uma equipe inglesa, onde a UEFA, entidade que comanda o futebol europeu, concluiu em um inquérito que a culpa eram dos hooligans ingleses e baniu todos os clubes da Inglaterra de participarem de competições europeias por dois anos.

Após esse episódio, Margaret Thatcher, então primeira-ministra da Inglaterra, armou uma “força tarefa” para combater os hooligans. Todas essas ações culminaram no relatório Taylor, um documento sobre os hooligans e que visou uma melhor organização do futebol na Inglaterra, especialmente no que diz respeito aos torcedores, visando principalmente, segurança, transporte e conforto (MURAD, 2012).

A Inglaterra não agiu sozinha. O Conselho da Europa criou antes das ações da Inglaterra o Comitê Permanente da Convenção da Europa sobre a Violência e os Excessos dos Espectadores por Ocasão das Manifestações Desportivas, Principalmente no Futebol. A ação também foi acompanhada por um movimento semelhante na Espanha e hoje Portugal tem uma das mais avançadas legislações esportivas da Europa (MURAD, 2012).

7. OBJETIVOS

Desenvolver uma análise crítica das páginas de torcidas organizadas de futebol, buscando analisar os conteúdos postados em suas fanpages oficiais; Verificar a existência de conteúdos considerados violentos nessas páginas, especificando-os.

8. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

8.1. Método de pesquisa

Esta pesquisa será quali-quantitativa e utilizará técnicas da netnografia para realizar uma análise de conteúdo online (CAMPBELL; MACHADO, 2013).

De acordo com Kozinets (2014, p. 147): “a netnografia é um tipo especializado de etnografia. Ela usa e incorpora métodos em uma única abordagem focada no estudo de comunidades e culturas na era da internet”. Já para Rebastini (2012) a Netnografia é o estudo em ambientes virtuais, tendo como uma de suas possibilidades os estudos nas redes sociais.

O neologismo “netnografia” (nethnography = net + ethnography) foi originalmente cunhado por um grupo de pesquisadores/as norte americanos/as, Bishop, Star, Neumann, Ignacio, Sandusky & Schatz, em 1995, para descrever um desafio metodológico: preservar os detalhes ricos da observação em campo etnográfico usando o meio eletrônico para “seguir os atores.” (BRAGA, 2007).

Amaral, Natal e Viana (2008) entendem a importância da netnografia, como método qualitativo, especialmente em estudos nas áreas de comunicação e cibercultura, onde possibilita uma ampliação no leque epistemológico.

Apesar de ainda ser uma vertente metodológica pouco utilizada no Brasil, a netnografia parece ser adotada em pesquisas de mercado, assim como ocorreu em seu início nos Estados Unidos (COVA; PACE, 2006; PIHL, 2013; WEIJO; HIETANEN; MATTILA, 2014; KOZINETZ, 2014), mas já existem estudos no país que utilizam esse mesmo método em pesquisas sobre os mais variados assuntos (DEZAN, 2011; MACHADO; ZANETTI; MOIOLI, 2011; REBUSTINI, 2012; MOIOLI, 2013; BARBOSA, 2014; RIBEIRO, 2014).

O quadro 1 descreve dez critérios, e suas respectivas definições, que podem ser utilizados para avaliar um trabalho netnográfico. Kozinets (2014) ressalta que alguns critérios até se contradizem, como coerência e reflexividade, e que isso demonstra a improbabilidade de um pesquisador seguir todos esses critérios e a dificuldade de se estabelecer normas padronizadas para esse tipo de pesquisa. Para tal, é necessário que o pesquisador lide com essas questões, se baseando no que já foi escrito e “testando” guiado por esses alicerces já formados de forma a criar novas possibilidades que sejam úteis e eficientes para cada contexto.

Quadro 1 - Critérios netnográficos

Nome do critério	Definição (“até que ponto...”)
Coerência	Cada interpretação reconhecidamente diferente é livre de contradições internas e apresenta um padrão unificado
Rigor	O texto reconhece e adere às normas procedimentais de investigação netnográfica
Conhecimento	O texto reconhece e é conhecedor da literatura e das abordagens de pesquisas relevantes
Ancoramento	A representação teórica é respaldada por dados, e as ligações entre dados e teoria são claras e convincentes
Inovação	Os constructos, ideias, estruturas e forma narrativa fornecem maneiras novas e criativas de compreensão dos sistemas, estruturas, experiências ou ações
Ressonância	Uma conexão personalizada e sensibilizadora com o fenômeno cultural é adquirida
Verossimilhança	Um senso de verossimilhança cível e realista de contato cultural e comunitário é alcançado
Reflexividade	O texto reconhece o papel do pesquisador e está aberto a interpretações alternativas
Práxis	O texto inspira e fortalece a ação social
Mistura	A representação leva em conta a interligação dos vários modos de interação social – online e off-line – nas experiências diárias vividas dos membros da cultura, bem como em sua própria representação

Fonte: Kozinets (2014, p. 152)

8.2. Ética da pesquisa

Em relação à ética da pesquisa netnográfica:

Analisar comunicações de comunidades ou culturas online ou de seus arquivos não é pesquisa com seres humanos se o pesquisador não registrar a identidade dos comunicadores e se ele puder obter acesso de maneira fácil e legal a essas comunicações e arquivos. Essas são condições importantes e indicariam, por exemplo, que a análise de conteúdo e análises temáticas de comunicações online seriam, sob certas condições, isentas (KOZINETS, 2014, p. 134).

8.3. Universo do estudo

O universo desta pesquisa foi constituído pelas fanpages do Facebook denominadas “oficiais” de três torcidas organizadas de equipes de futebol da cidade de São Paulo. A escolha das torcidas foi feita por conveniência e, as mesmas não são citadas pelas questões éticas acima descritas. Foram analisadas todas as “postagens” destas torcidas referentes ao ano de 2014, totalizando aproximadamente 400 “postagens”.

Ferreira e Arruda Filho (2012) ressaltam a importância da identificação de sites fidedignos para o desenvolvimento da pesquisa. Portanto, a busca das fanpages oficiais foi realizada pelo site oficial das torcidas. Em virtude da utilização do método análise de conteúdo online para esta pesquisa, toda a coleta de dados foi realizada pela internet.

8.4. Forma de análise dos resultados

Para a análise dos dados foi utilizado à análise de conteúdo proposta por Franco (1994). A técnica de análise dos dados qualitativos utilizada neste estudo consiste nas seguintes etapas:

- a) Busca pelas respectivas fanpages, seleção e análise das postagens correspondentes ao período definido.
- b) Categorização e hierarquização dos conteúdos e, após isso, análise e interpretação dos dados (ELO; KYNGÄS, 2007).

Devido à diferença no número de postagens entre as três torcidas, os dados são apresentados em porcentagem para melhor visualização e comparação entre as respectivas torcidas, isso foi realizado por meio da estatística descritiva.

9. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Inicialmente foram criadas as categorias e subcategorias apresentadas na figura 5 conforme as postagens foram analisadas. Como descrito nos procedimentos, esse método segue o processo de análise de conteúdo e de hierarquização, sendo que foram criados 3 níveis como podemos notar na figura 5 (FRANCO, 1994; ELO E KYNGÄS, 2007).

Conforme modelo descrito por Elo e Kyngäs (2007) fanpages constituem a categoria principal, sendo que: festas, mídia, política, jogos, protestos, críticas e provocações, torcida e clube compõe a categoria genérica e os item subsequentes a cada uma da categoria genérica, constituem a subcategoria.

Ressaltamos que a apresentação dos resultados será feita do total geral e de cada torcida até a especificação de cada item da categoria genérica, explorando, desta forma, as especificidades de cada torcida e de cada categoria.

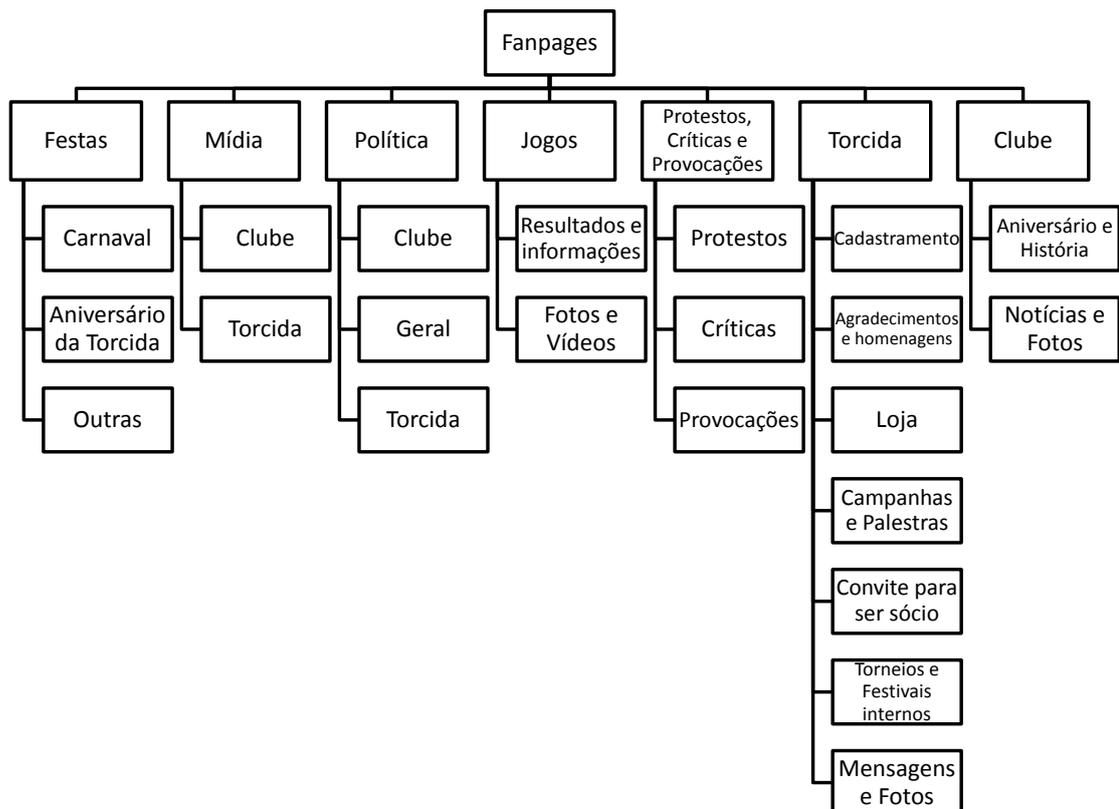


Figura 5 - Fluxo hierárquico e relacional das categorias
Fonte: Elaborado pelo próprio autor (2015)

A figura 6 apresenta o total das postagens dividida nos itens da categoria genérica, para este gráfico não houve a divisão entre as torcidas. Podemos observar

que as categorias com maior destaque foram “jogos”, com 37% das postagens, “mídia” com 22% e “festas” com 20%.

O clube representa papel secundário nas postagens da torcida com apenas 5%, obviamente o mesmo não é representado apenas nessa categoria, porém é nela que isso ocorre de maneira principal, nas outras categorias também ocorre essa referência, porém, o principal objetivo da postagem verificada é outro, como vamos observar nos gráficos que mostram cada uma das categorias genéricas.

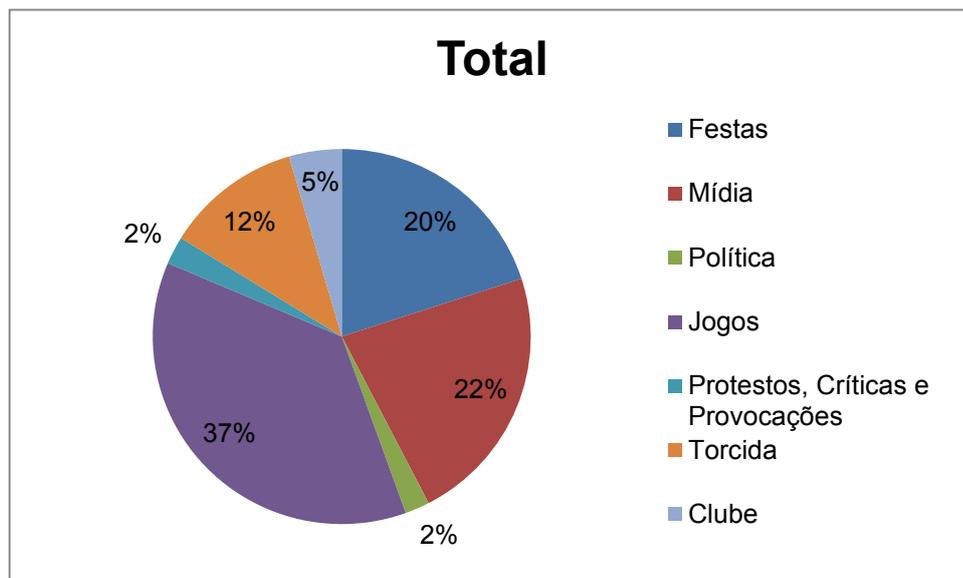


Figura 6 - Total

Fonte: Elaborado pelo próprio autor (2015)

Nos gráficos 7, 8 e 9 conseguimos visualizar a importância dada a esses temas por cada uma das torcidas. Portanto, apresentaremos nos próximos 3 gráficos o total de cada uma das torcidas.

Na figura 7, podemos observar qual o direcionamento dado a fanpage pela torcida 1. Podemos notar que a torcida 1 dá maior importância a questão da mídia (34,4%), seguida de jogos (23,7%) e questões relacionadas a torcida (16,7%). Por outro lado é dada pouca ênfase em questões relacionadas ao clube (4,8%), a política (4,8%) e aos protestos, críticas e provocações (6,0%). Festas (9,6%) também foi uma categoria presente nas postagens analisadas desta torcida.

Comparando com o total, o que percebemos de mais relevante é a menor importância dada pela torcida 1 em relação às categorias festas e jogos, porém maior destaque no que diz respeito à mídia.

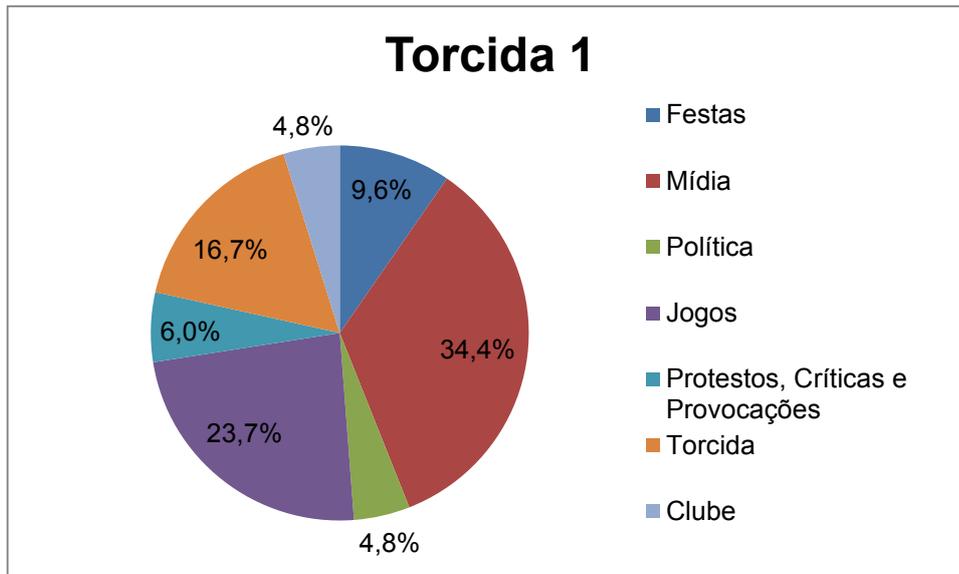


Figura 7 - Total Torcida 1
 Fonte: Elaborado pelo próprio autor (2015)

Para a torcida 2, a categoria de maior destaque é a de festas (36,3%), seguida por jogos (32,0%). Existem duas categorias intermediárias: torcida (11,5%) e mídia (15,9%) e duas categorias com menor destaque: política (2,2%) e protestos, críticas e provocações (2,2%).

A figura 8, que representa essa torcida, é interessante pois ele não aborda a questão do clube e também apresenta fácil visualização com categorias bem definidas e, portanto, conseguimos compreender bem quais os destaques que esta torcida visa abordar e quais assuntos ela não apresenta tanto interesse.

Frente ao total geral, podemos notar que a torcida em questão apresenta maior destaque às festas, menor destaque à mídia e, excluindo a categoria clube que não foi verificado em sua fanpage, as postagens apresentam percentuais similares ao gráfico da figura 6.

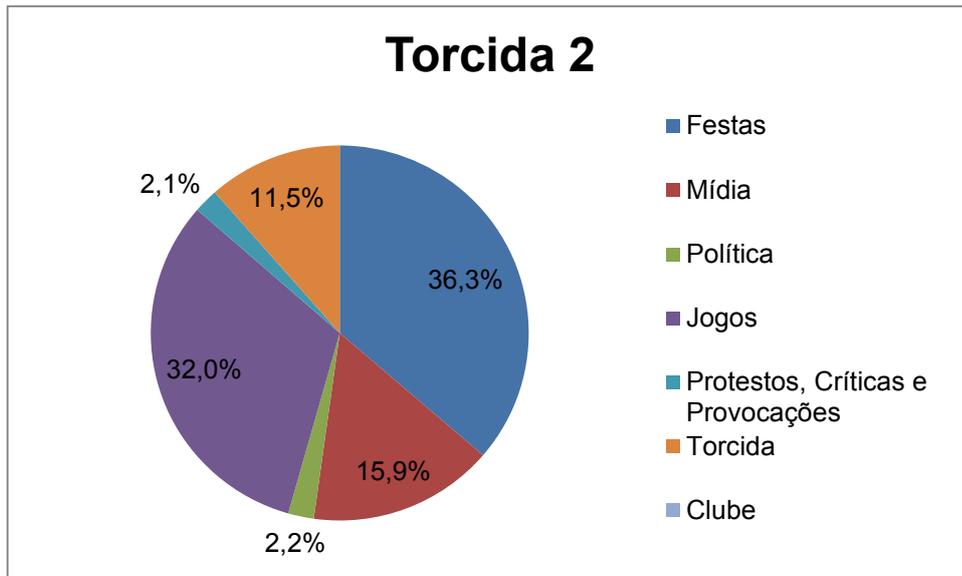


Figura 8 - Total Torcida 2
Fonte: Elaborado pelo próprio autor (2015)

A torcida 3, descrita na figura 9, utiliza quase metade de suas postagens para referir-se a jogo (45,8%) enquanto dá pouca ênfase em questões relacionadas à política (1,0%) e à protestos, críticas e provocações (1,0%). A segunda categoria mais abordada foi a mídia (21,9%), seguida de festas (13,2%), torcida (9,5%) e clube (7,6%).

Ao compararmos com o total geral, podemos observar a grande importância dada ao clube pela torcida 3 e o menor destaque em relação às festas. Sendo que o restante das categorias assemelha-se com o que foi descrito na figura 6.

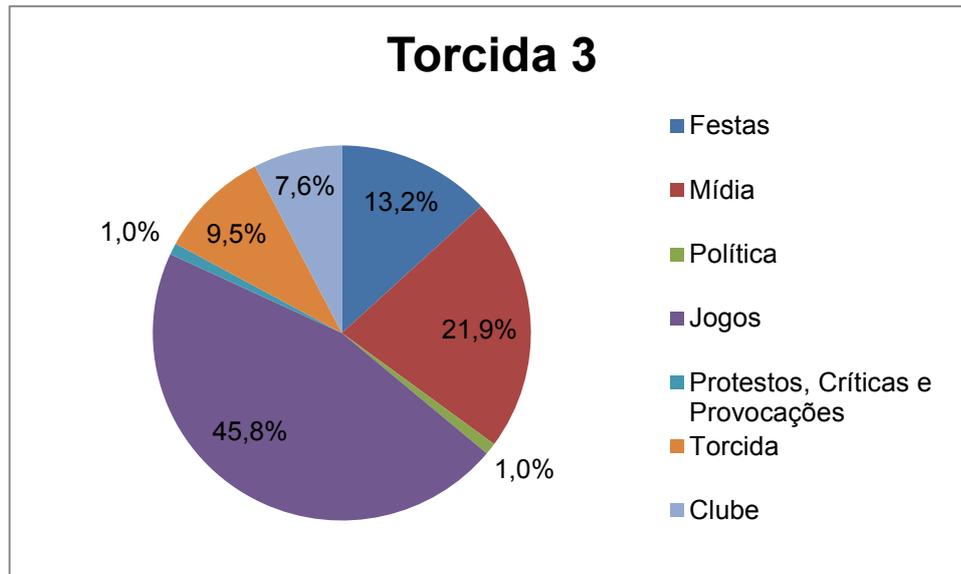


Figura 9 - Total Torcida 3
Fonte: Elaborado pelo próprio autor (2015)

Nos próximos tópicos e figuras abordaremos cada uma das categorias genérica e das subcategorias, buscando minuciar estes itens e explanar, mais especificamente, sobre os itens que apresentaram, de algumas maneira, detalhes relevantes ao trabalho.

9.1. Festas

Na figura 10 conseguimos visualizar a importância dada às festas pelas três torcidas, especialmente pela torcida 2. A valorização do carnaval pelas torcidas confirma o que foi analisado por Rocco Junior (2007), que verificou que os sites das torcidas organizadas apresentam maior ênfase no assunto carnaval do que em qualquer outro. Existe também aqui a divulgação de fotos com celebridades visando divulgar e valorizar ainda mais as festas organizadas pelas torcidas. Quanto ao aniversário da torcida, essa divulgação é acompanhada de mensagens dizendo ser a maior torcida organizada do país. Outro fato importante é que, na categoria outras festas, que engloba as que não se encaixam nas duas categorias anteriores, ocorrem algumas festas internas e, em uma delas, que visa reunir várias subseções de uma das torcidas, existe uma mensagem exigindo a presença de todos os associados e intimidando os mesmo, enfatizando que o “verdadeiro associado” deverá estar presente, mensagem está assinada pela diretoria da torcida organizada, aliás, todas as mensagens de cunho mais sério, como protestos e mensagens exigindo alguma coisa são assinadas pela diretoria das organizadas.

Silva et al. (2010) analisaram as torcidas organizadas de Minas Gerais e observaram as festas como importante fonte de renda e que uma das relações entre torcida e sociedade se dá por meio desse eventos. Os autores também observaram que a sede é um fator importante para a realização das festas, sendo que em alguns casos elas ocorrem apenas antes ou após jogos importantes e em outros elas ocorrem com maior frequência.

Menezes (2011) analisou uma torcida em Salvador e verificou a existência de dois tipos de festas: as organizadas pelo comando e as de aniversário da torcida. Nesse caso, entende-se comando como subseções, enquanto as de aniversário são organizadas pela direção da torcida. O autor verificou como principal diferença entre esses dois tipos de festa que a primeira se aproxima de um show musical, já as de aniversário se configuram como ambiente de socialização e confraternização entre os integrantes. Como elementos comuns o autor cita: o alto consumo de bebidas alcoólicas e de drogas, a realização de homenagens, o sorteio de brindes e a comemoração dos objetivos atingidos pela equipe com o incentivo da torcida.

Não podemos deixar de notar a intensa relação entre as torcidas organizadas e o carnaval. Relação essa que consiste em 21,8% das postagens da torcida 2. Destacamos também que 11,6% das postagens da mesma consistem em outras festas.

Silva et al. (2012) comparam o carnaval ao futebol na questão da expectativa pelo resultado final. O autor ainda destaca que, diferente do Rio de Janeiro, existem em São Paulo escolas de samba ligadas a clubes de futebol. Rímoli (2012) afirma também que as torcidas organizadas trouxeram ao carnaval medo e violência e ganham muito dinheiro com o carnaval. Na realidade, ambos os autores se referem ao episódio ocorrido em 2012 no carnaval de São Paulo, quando um integrante de uma torcida organizada invadiu o local onde os jurados anunciavam as notas e gerando uma grande confusão, conforme descrito no trecho abaixo:

Um tumulto durante a reta final da leitura das notas das escolas de samba do Carnaval de São Paulo nesta terça-feira (21) interrompeu a apuração do resultado da campeã de 2012. Um homem invadiu a área restrita dos jurados e rasgou os envelopes que continham as notas. Depois de terem sido dispersados pela polícia, manifestantes tomaram as pistas da Marginal Tietê, em sua maioria da Gaviões da Fiel, e depredaram a área externa do Anhembi, mesmo sob vigilância da Tropa de Choque da PM (UOL, 2012).

Apesar de isso ser algo específico de São Paulo, não podemos perder de vista essa intensa relação entre torcida organizada e carnaval, pois essa relação pode ir além de um simples desfile na passarela do samba.

A migração das torcidas organizadas para os desfiles de carnaval, além de representar uma nova forma de atividade profissional para alguns de seus membros; significa, em nosso entender, uma tentativa dessas entidades de demonstrar à sociedade sua capacidade de promoção do espetáculo e de buscar novas formas positivas de aceitação social. Porém, assim como acontece em seus sites oficiais, a negação da violência é reafirmada pelo discurso de agressividade presente nas letras de seus sambas-enredos ou nas entrelinhas das páginas de seus portais na rede mundial de computadores (ROCCO JUNIOR, 2006, p.149).

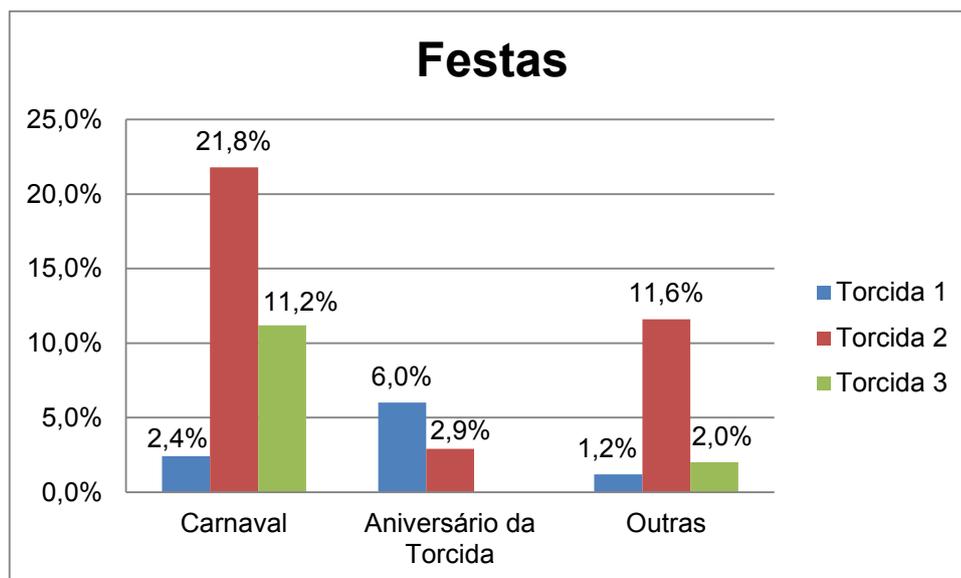


Figura 10 - Festas
Fonte: Elaborado pelo próprio autor (2015)

9.2. Mídia

A mídia é uma das grandes aliadas na divulgação do que vêm acontecendo e das atividades a serem realizadas pela torcida. Podemos notar essa ampla divulgação por meio dos resultados desta pesquisa. Porém, nessa categoria foram considerados toda vez que era citado algo em relação à TV e rádio da torcida, sendo que 2 das 3 torcidas analisadas possuem esses tipos de mídia. Site e novos canais

de comunicação também foram considerados nesta categoria, sendo que apenas uma torcida divulgou um novo meio de comunicação: Instagram®.

A mídia do clube foi utilizada apenas por uma torcida, pois esta, aparentemente, não possuía site oficial e compartilhava o que era publicado no site do clube. Assim que houve a divulgação de um site oficial da torcida, a mesma passou a utilizar-se das postagens próprias.

Em relação ao rádio e a TV da torcida, notamos que esses canais de comunicação foram utilizados com diversos intuitos, incluindo entrevistas com treinador e com candidatos a presidência do clube. Percebemos então o poder que a torcida exerce junto ao clube, conseguindo que alguns de seus principais representantes participem de seus canais de comunicação.

Rocco Junior (2013) também verificou a divulgação das mídias da torcida na fanpage das mesmas, especialmente em relação aos programas de rádio.

Não podemos nos esquecer, que a mídia como um todo dá excessiva visibilidade aos atos violentos da torcida, banalizando essa questão (MURAD, 2012; MACHADO, 2013).

Quando acontece algo violento, a torcida por sua vez, culpa a mídia, responsabilizando-a por esse excesso de exposição, como verificado por Menezes Martins e Momberger (2008).

Relembramos que os autores ainda verificaram a inversão de papéis que existe, onde o torcedor ganha destaque em detrimento do atleta.

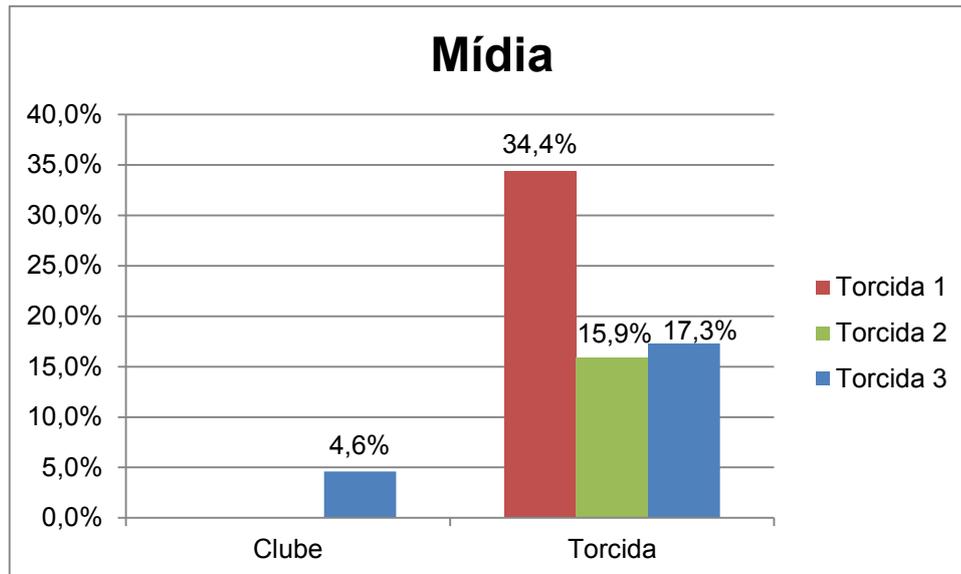


Figura 11 - Mídia
Fonte: Elaborado pelo próprio autor (2015)

9.3. Jogos

Os jogos ocupam boa parte das postagens das torcidas, as quais postam fotos e vídeos nos jogos ou em direção à eles. Esses itens aparentemente, servem para mostrar a presença das torcidas nos jogos e novas músicas, como uma espécie de “demarcação de território”.

Existe ainda, grande preocupação antes dos jogos em avisar sobre locais de concentração (quando a partida é na mesma cidade), caravanas (quando a partida é em outros locais), informações sobre ingressos, sendo que a torcida 3 foi a única a divulgar a venda de ingressos na própria sede, revenda esta destacada como uma das fontes de renda das torcidas no Brasil e na Argentina (GRABIA, 2012; ROTSTEIN; ZARKO, 2013). Quando as partidas são contra uma equipe rival, existe a preocupação sobre segurança, especialmente quando está é disputada no campo adversário.

Percebemos também uma grande provocação nesses jogos em relação aos adversários, utilizando apelidos pejorativos dos clubes e das torcidas. Além dos rivais “diretos” (clubes com maior proximidade geográfica), essas provocações se estendem a equipes de outro estado, talvez isso se dê pelo fato de determinadas torcidas formarem alianças estratégicas. Isso fica claro na reportagem de Soares (2013), onde o autor destaca quais alianças existem e quais torcidas fazem parte das mesmas. A nomenclatura desses grupos se dá pelo gestual em comum que eles apresentam. O autor ainda destaca que as alianças são formadas devido a:

- Relação entre os clubes (cores, característica da torcida, história);
- Grau de rivalidade entre os times;
- Relação pessoal entre lideranças de torcidas;
- Apoio logístico (hospedagem, transporte, além de ajuda com questões burocráticas com a polícia local e proteção em caso de confrontos).

Essa informação é destacada aqui, pois, o foco principal dessas postagens eram sobre os jogos. No próximo tópico, serão destacadas as postagens que somente são provocativas.

Notamos aqui que a guerra contra o rival conta mais que o resultado do jogo e o desempenho da equipe assim como verificado no estudo de Menezes Martins e Momberger (2008).

Destacamos também a referência da torcida 3 a um jogo da categoria de base do clube e a da torcida 2 ao futsal.

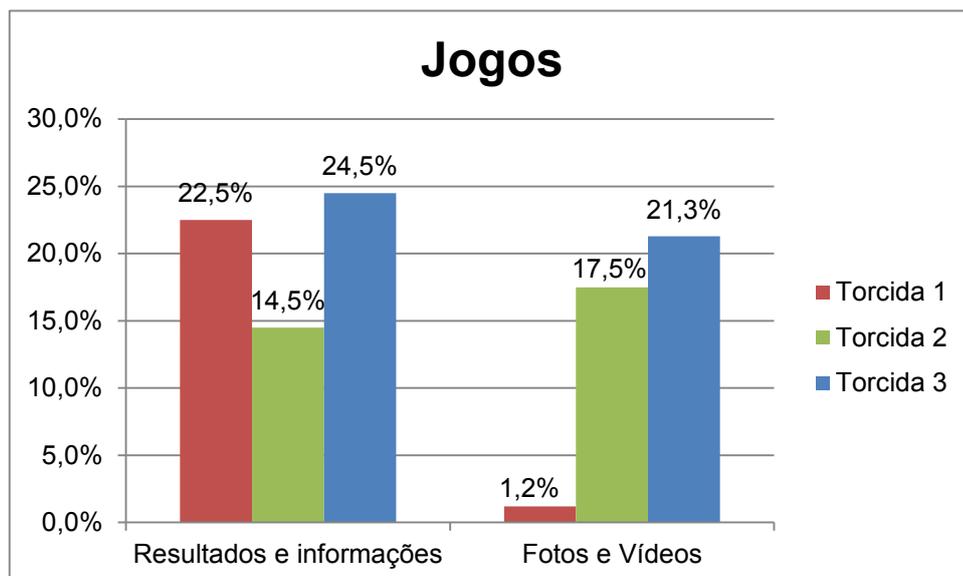


Figura 12 - Jogos
Fonte: Elaborado pelo próprio autor (2015)

9.4. Protestos, Críticas e Provocações

Nesta categoria temos questões bem ímpares, já que, para protestos, críticas e provocações, cada torcida se porta de determinada maneira de acordo com diversas questões como: desempenho da equipe, colocação no campeonato, histórico dos últimos anos (quando foi a última vez campeão, por exemplo), preferências por determinados atletas, dirigentes e técnicos, dentre outros.

A torcida 1 apresenta maior percentual nas 3 categorias, destacando-se crítica a diretoria do clube, assinada pela diretoria da torcida, outro fator que houve crítica foi em relação ao preço do ingresso e frente a tudo isso houve uma certa “pressão” sobre diretoria, técnico e jogadores, especialmente os reforços. Quando se trata de protestos, vale ressaltar que existe uma ênfase na pacificidade deles. As provocações ocorreram com a proximidade do jogo com uma equipe rival e, no caso da torcida 3, com a possibilidade da eliminação de um rival.

A torcida 2 apresentou questões bem peculiares, pois houve um protesto contra um jogador de outro equipe, o qual havia, em uma entrevista, feito duras críticas as torcidas organizadas de forma geral, especialmente no âmbito da violência. A torcida respondeu tais críticas com um texto e com uma faixa no estádio, sendo que o texto busca demonstrar as atividades que a torcida realiza e a formação heterogênea da mesma. Ainda o texto busca mostrar que a violência é um problema social não exclusivo do futebol e que o fato do jogador generalizar também é um crime, mais uma vez no final do texto existe a assinatura da diretoria da torcida. O outro protesto, inclusive com um vídeo, é contra a própria equipe.

A crítica da mesma torcida apresenta um vídeo e uma mensagem criticando o futebol moderno, o qual, segundo eles, substituiu futebol paixão pelo futebol negócio e onde os torcedores são substituídos pelos espectadores.

Quando mencionamos a questão do poder da torcida organizada junto ao clube ao falar da mídia, notamos que o mesmo ocorre nesta categoria. Podemos trazer como exemplo uma notícia veiculada em um portal de notícias eletrônico sobre esportes por Barboza (2014), intitulada: “Bandeira de Mello 'ouve' exigências, e terá novo encontro com torcida do Fla”. O mais interessante é que existe uma associação das torcidas organizadas deste clube carioca, a qual se reuniu com o presidente do clube com uma lista de exigências. Os torcedores mencionam que tais exigências foram bem vistas pelo presidente, o qual iria se reunir com a comissão técnica visando ver o que era possível diante disso. Na reportagem consta a carta na íntegra e, no final da mesma, é mostrada a importância desta torcida, com o relato de que a mesma foi considerada patrimônio cultural da cidade e que esta torcida vêm mais uma vez “fazer a diferença”.

Este é só um, dentre os mais variados exemplos disponíveis para demonstrar a força das torcidas organizadas. A partir deste ponto nos perguntamos: nessa

relação conturbada entre torcida e atletas e/ou clube: quem exige o que de quem? (MACHADO, 2011).

Essa pergunta, aparentemente vêm sendo feita por alguns dirigentes esportivos também, os quais, segundo algumas notícias, acabaram com alguns privilégios e “poderes” que esses torcedores membros das organizadas tinham (FINI; CORREIA, 2013; RÍMOLI, 2014).

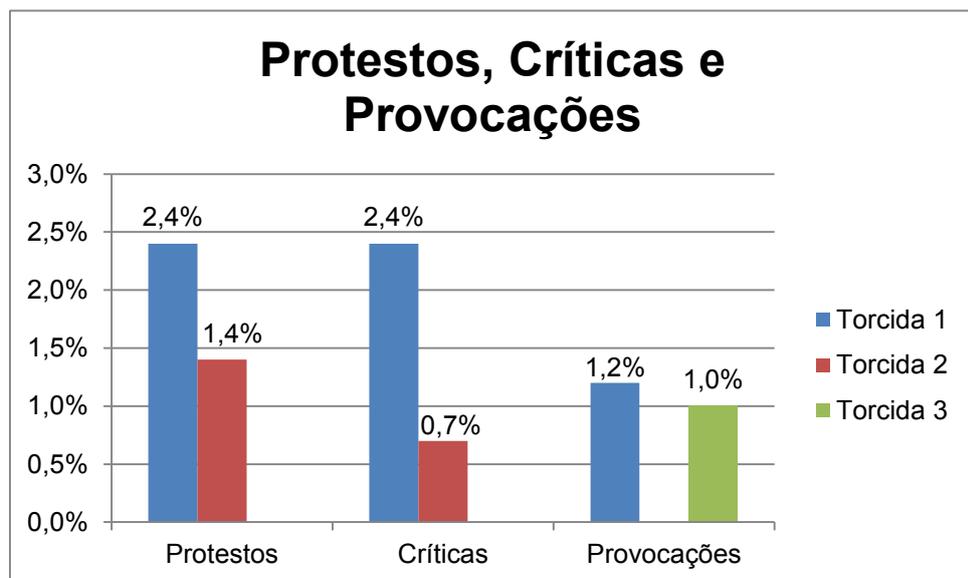


Figura 13 - Protestos, Críticas e Provocações
Fonte: Elaborado pelo próprio autor (2015)

9.5. Torcida

A figura 14 apresenta a categoria genérica torcidas e todas as suas subcategorias. Podemos observar que o cadastramento é algo presente nas 3 fanpages, com destaque para a torcida 1 (7,1%). Lembramos que o cadastramento de torcidas organizadas é algo obrigatório pelo estatuto do torcedor, onde:

Parágrafo único. A torcida organizada deverá manter cadastro atualizado de seus associados ou membros, o qual deverá conter, pelo menos, as seguintes informações:

- I - nome completo;
- II - fotografia;
- III - filiação;
- IV - número do registro civil;
- V - número do CPF;
- VI - data de nascimento;
- VII - estado civil;
- VIII - profissão;
- IX - endereço completo; e
- X - escolaridade. (BRASIL, 2010, p.2)

Ressaltamos que no caso do cadastramento também houve uma associação entre isso e atitudes solidárias, como a doação de alimentos, além da ênfase na presença de figuras midiáticas.

Os agradecimentos e homenagens foram notados, sendo que as homenagens foram verificadas tanto em relação a jogadores que iriam sair do clube, pela torcida 3, quanto a ilustres ex-torcedores, pela torcida 2. Por outro lado os agradecimentos aconteceram na torcida 1 e se deram a subsede, a torcida adversária e a cidade pela receptividade nos jogos fora de casa.

Como descrito no capítulo sobre as torcidas, algumas das fontes de renda das organizadas são a loja e os sócios. Campos (2011) realizou um estudo de caso sobre uma torcida organizada e verificou que a mesma possui estrutura semelhante em relação ao clube, no que diz respeito à loja, possuindo uma física na sede e outra virtual no site oficial. Notamos então que parte da publicação nas fanpages dirige-se a publicidade de novos produtos e das lojas em si, fato também verificado por Rocco Junior (2013).

A loja também é apresentada por Menezes (2011) como espaço de sociabilidade, o autor ainda ressalta que:

Quando não se pode interagir face a face e tratar de questões pertinentes ao grupo como ocorre durante os jogos, reuniões e encontros casuais, na loja ou na Sede da torcida recorre-se à internet como um meio abrangente e rápido de se comunicar (MENEZES, 2011, p.12).

Na subcategoria campanhas e palestras, temos no caso da torcida 2, por exemplo, uma palestra para os torcedores ministradas pelos membros da chamada

“velha guarda” sobre a participação desta torcida em outros países e na Copa do Mundo.

A torcida 3 apresentou uma campanha contra o trabalho infantil, enquanto a torcida 1 apresentou uma campanha beneficente de páscoa e um jogo de basquete beneficente de basquete.

As “chamadas” para novos sócios, apesar de ocuparem pequena porcentagem em apenas uma das páginas analisadas, também estão presentes e, de forma indireta as fotos, vídeos e algumas mensagens acabam também conquistando novos sócios.

Os torneios e festivais internos ocupam 5,8% das postagens da torcida 2 e consistem em disputas relacionadas a música, videogame e esporte que, são uma forma de integração entre os torcedores e as diferentes subseções.

A última subcategoria apresentada consiste nas mensagens e fotos postadas nas páginas de 2 torcidas, sendo que no caso da torcida 3, são expostas principalmente fotos de uma reforma da sede, com ênfase mais uma vez na presença de torcedores famosos. Esta mesma torcida apresentou uma mensagem contra o uso de sinalizadores.

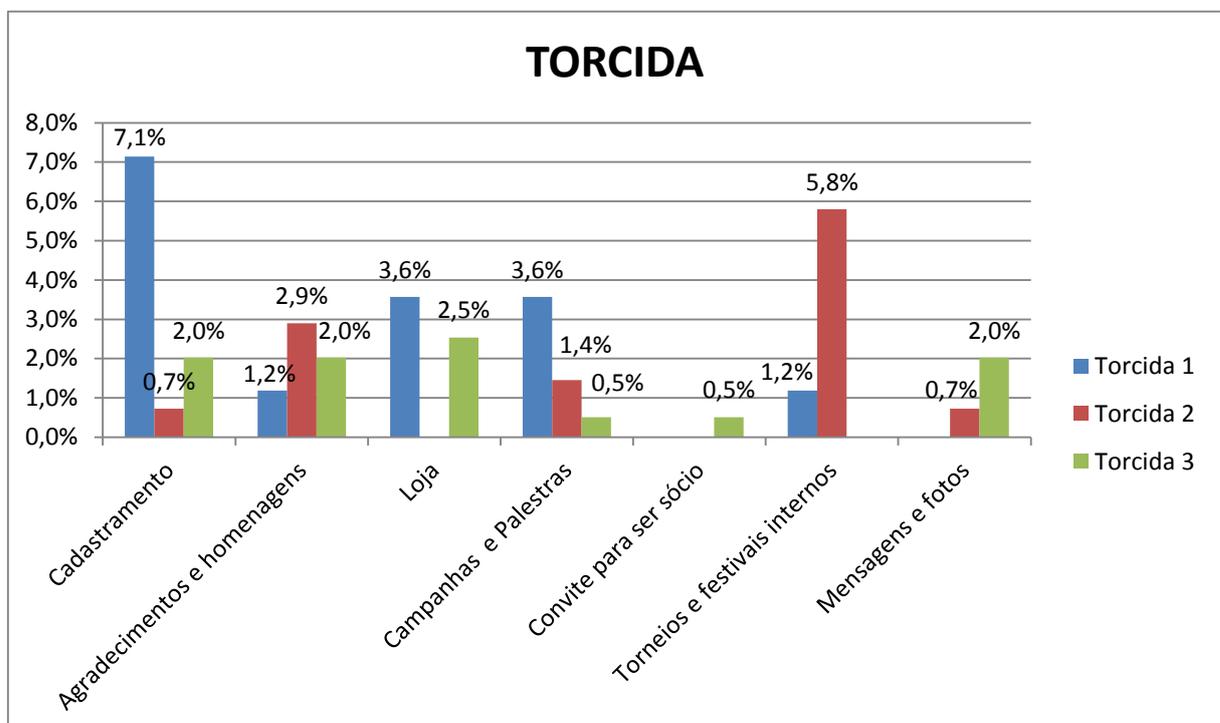


Figura 14 - Torcida
Fonte: Elaborado pelo próprio autor (2015)

9.6. Clube

A figura 15 apresenta os resultados em relação à categoria clube. Podemos perceber que o mesmo não representa grande parte das postagens das torcidas, apesar da torcida 3 ter 7,8% na categoria notícias e fotos, isto ocorreu pelo direcionamento das notícias e fotos do site oficial do clube para a fanpage da torcida, quando a mesma iniciou a utilização de seu próprio site e passou a compartilhar as informações do mesmo, como descrito na categoria mídia. A torcida 1 realiza um resgate histórico da equipe e parabeniza o clube pelo seu aniversário, sendo que isso representa 4,8% do total.

O fato de deixar o clube em segundo plano é um fato também notado por Rocco Junior (2007; 2013). O autor verificou essa questão nos sites e nas fanpages de algumas torcidas organizadas do Estado de São Paulo, sendo que, nas fanpages o autor verificou em uma torcida que apenas 37% das postagens era referente ao clube e em outra esse número era ainda menor, representando apenas 9%.

Notamos então que, apesar do surgimento da torcida estar ligado diretamente com o clube, a torcida apoia e divulga o que lhe é pertinente e o que for necessário para aumentar a sua popularidade e atingir seus objetivos e interesses, mesmo que eles sejam contrários aos do clube.

Desta forma existe uma espécie de ruptura da torcida com o clube nesse âmbito, já que, virtualmente, conseguimos associar que a torcida é de determinado clube, praticamente apenas quando esta faz referência aos jogos.

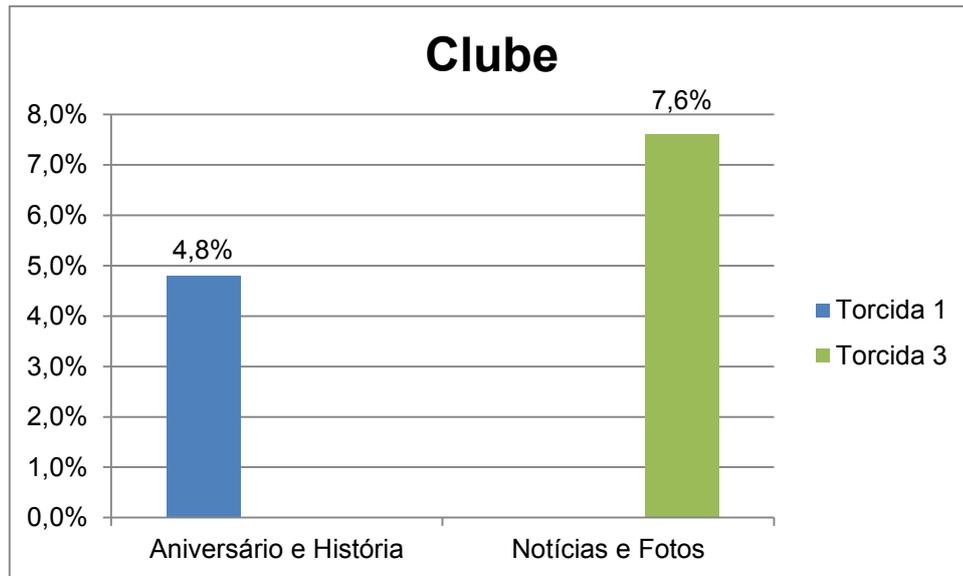


Figura 15 - Clube
Fonte: Elaborado pelo próprio autor (2015)

9.7. Política

Na figura 16 podemos perceber que, apesar de não ocupar grande espaço nas publicações das torcidas, a política aparece como um dos itens identificados nas “fanpages”, sendo que uma das torcidas apenas faz referência a essa questão no que diz respeito à eleição da diretoria da torcida. Também podemos perceber que existe um envolvimento de uma das torcidas com as eleições do clube em si, por meio de entrevistas, como descrito na categoria mídia.

Além disso duas torcidas realizaram a divulgação de candidatos a cargos do poder legislativo das eleições nacionais, sendo que essa divulgação se dá, especialmente, quando estes são membros das torcidas e/ou estão diretamente relacionados a elas. Ressaltamos aqui que isso também pode ter ocorrido por se tratar de um ano eleitoral no Brasil.

Relembramos que essa é justamente uma das diferenças entre os torcedores organizados brasileiros e os hooligans, ultras e barras bravas, os quais tem um maior envolvimento político (LOPES; CORDEIRO, 2010).

Porém, a campanha para candidatos foi verificado também por Pimenta (1997), onde os torcedores dizem ter aberto uma exceção, entretanto verificamos o mesmo e talvez sempre ocorram essas “exceções”. O autor ressalta que: “nas relações torcida/candidato, está presente a figura do “dar o apoio e receber favores”” e isso visa um fortalecimento da estrutura da torcida (PIMENTA, 1997, p.82).

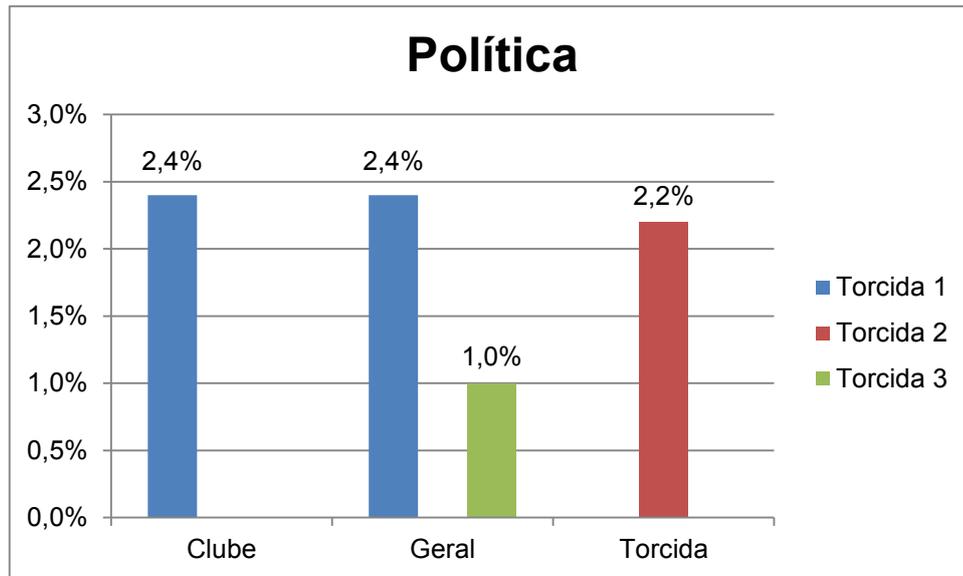


Figura 16 - Política
Fonte: Elaborado pelo próprio autor (2015)

O que percebemos de modo geral é a presença de diversos subgrupos dentro dessas *fanpages*, o mesmo verificado por Menezes Martins e Momberger (2008). Notamos então que cada grupo parece ser responsável por determinadas atividades, como notado por Campos (2011) que elaborou uma estrutura divisional com base em sua pesquisa com uma torcida organizada e verificou a existência de duas áreas distintas: a do carnaval e a do futebol, como podemos observar na figura 17 abaixo.

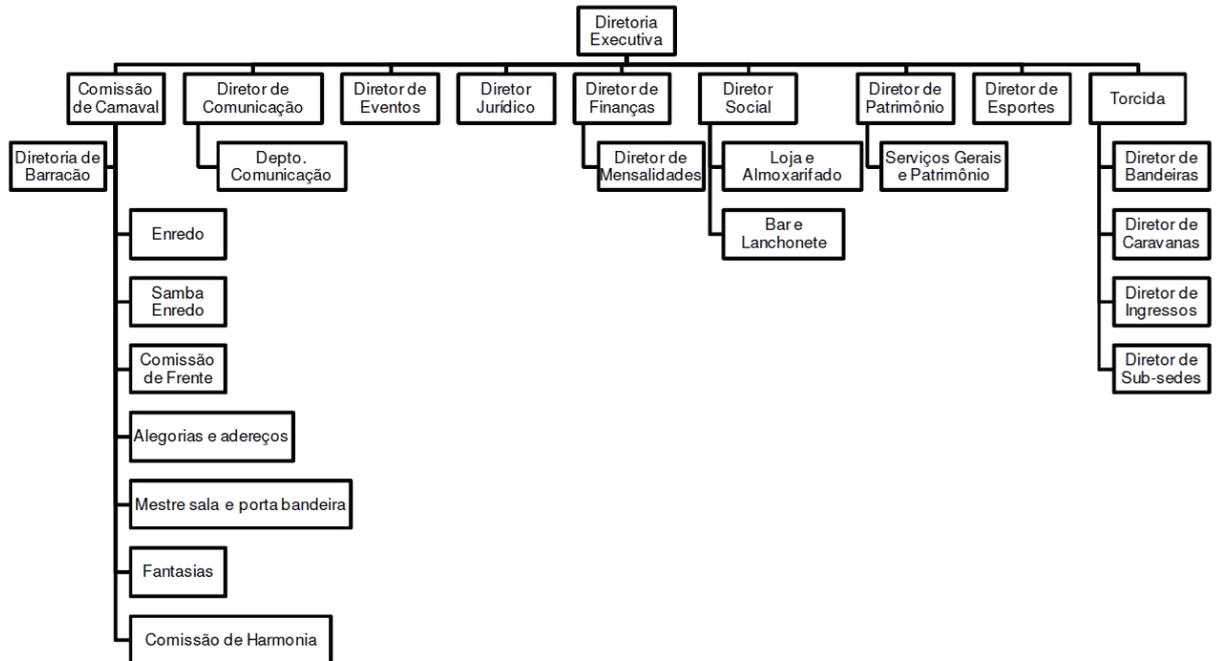


Figura 17 - Estrutura Organizacional de uma Torcida Organizada
 FONTE: CAMPOS (2011, p. 49)

Talvez hoje, refazendo essa estrutura, possamos notar a presença de alguma diretoria ou departamento que cuida, exclusivamente, dos sites e websites de redes sociais.

A análise consistiu nas postagens principais, mas mesmo assim, notamos que todas as postagens geram grande repercussão e, então, a questão dos subgrupos fica mais evidente.

Mesmo que o clube tenha diversas modalidades esportivas, são poucas as referências que vão além do futebol profissional. Cada uma das 3 torcidas referenciou apenas uma outra modalidade e/ou categoria da mesma modalidade, sendo que a torcida 1 mencionou o basquete, a torcida 2 o futsal e a torcida 3 a categoria de base do futebol de campo.

Apesar de não ser de forma explícita, também notamos certa violência nas postagens, especialmente com as equipes rivais. Isso fica evidente quando existe a aproximação do jogo entre essas equipes e as postagens passam a refletir tal questão, sendo que por meio de imagens e mensagens acontecem provocações e, muitas delas, são até certo ponto intimidadoras às equipes e torcedores adversários.

A questão da violência é, portanto, subliminar, como possível saída para o sistema de vigilância que ocorre nessas páginas. Com o aumento dos websites de redes sociais e da *deep web*, camada mais profunda da internet, e a multiplicidade

de possibilidades para a manifestação da violência, fica mais difícil o monitoramento das torcidas.

De acordo com Silva (2010), alguns eventos sociais, tais como festas e encontros, além dos projetos sociais, são utilizados como argumento para rebater críticas em relação à violência.

Na realidade notamos por meio da análise que a violência é entendida pelos membros da torcida organizada como algo inato, presente na sociedade e que, como tal, atinge os diversos ambientes sociais, dentre eles o futebol.

10. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como um trabalho netnográfico com uma temática ainda não muito explorada, as cibertorcidas, esta dissertação conseguiu traçar e mapear como essas torcidas agem em um website de rede social e sobre o que é postado neste mesmo ambiente virtual. Kozinetz (2014), afirma que o trabalho inicial muitas vezes é cartográfico e de mapeamento mesmo, portanto, entendemos que o mesmo conseguiu apresentar avanços e esperamos que possa servir como base para outros estudos poderem avançar nesta temática, aprofundando e compreendendo outras questões pertinentes as cibertorcidas.

Primeiramente notamos que a questão da violência se dá de forma indireta, em segundo plano, já que o que era postado apresentava geralmente um tema principal, por exemplo, convidava ou às vezes convocava os associados para o jogo, e na hora de escrever o nome do time adversário era descrito um apelido do outro time, algo que até é comum entre torcedores, porém apresenta-se como oficial, já que está presente na linha do tempo das fanpages oficiais das torcidas.

Por outro lado, a violência também apareceu em alguns protestos e ameaças contra a própria equipe que essas torcidas aparentemente apoiam e contra alguns atletas que fizeram críticas à elas, independentemente de sua equipe.

Possivelmente, a violência ocorra dessa forma indireta, como uma maneira da torcida evitar monitoramentos. Por isso, a questão violência é subliminar e, dentro das diversas possibilidades onde isso pode acontecer, existe a *deep web*, local onde ocorrem a maioria dos crimes virtuais e que é acessado, na maioria das vezes, por hackers e é um local difícil de ser monitorado.

O clube em segundo plano, como verificado por outros autores, conforme descrito durante o texto, também foi algo notado e que mostra, de certa forma, que apesar da torcida organizada, geralmente, surgir com o intuito de torcer para determinada equipe, ela parece ficar “maior do que isso” e passa a ter diversas atividades próprias e o clube se torna algo em segundo plano, sendo que muitas vezes não existe preocupação com os resultados dos jogos e sim com as atividades da torcida.

Dentro dessas atividades, uma que apresenta grande destaque são as festas, especialmente o carnaval, que apesar de ocorrer no início do ano, exige grande trabalho durante todo o ano e tais atividades vão sendo apresentadas durante este período e essa divulgação vai se intensificando, conforme o carnaval se aproxima.

Algo que ocorre nessas festas, mas extrapola para outras atividades é a associação da torcida organizada com celebridades, principalmente por meio de fotos, quando estes estão presentes na sede da torcida.

Frente a todas essas atividades, tais como: festas, caravanas para jogos, torneios internos, loja, cadastramentos, dentre outras, conseguimos perceber claramente a presença de diversos grupos que controlam cada atividade e, assim, a torcida, aparentemente, tem regras e responsáveis para cada atividade, funcionando como uma espécie de empresa.

Outra associação existente se dá em relação a algumas atividades beneficentes, tais como jogos e campanhas. Tais atividades contrastam de certa forma, com a questão da violência e, talvez, justamente seja essa intenção das torcidas organizadas, pois ambas as ações tem ampla divulgação na mídia.

Como foi mencionado no início deste tópico, a violência está presente sim nas páginas analisadas, porém não nos parece ser o ponto principal das torcidas. Aparentemente, alguns membros violentos dessas torcidas acabam, de certa forma, contaminando outros e, com tais atitudes, muitas vezes resultando em confrontos fatais, fica a imagem de que todos ali presentes são assim e seguem a mesma maneira de agir.

Por outro lado, os que não fazem parte deste grupo violento, no mínimo são omissos e aceitam tais atitudes que acabam se naturalizando em um processo de banalização da violência, processo esse também descrito por Machado (2013), citado no capítulo sobre ciberviolência.

A ciberviolência é um problema de ordem social, assim como a violência, se não conseguimos controlar, ou no mínimo manejar algumas questões referente a violência, quando esta migra e sofre algumas adaptações no ciberespaço, esse problema se complexifica e se potencializa, dificultando ainda mais ações neste meio.

Não é possível em uma dissertação solucionar todo este problema e assim tudo estará resolvido, porém podemos apontar possíveis pontos em desacordo que precisam ser melhorados e algumas possíveis soluções, como viemos tentando durante este trabalho.

A punição como forma de resolver toda essa questão pode até trazer alguns resultados em curto prazo como afirmado Murad (2012), mas o mesmo autor ainda aponta que é necessário a prevenção e principalmente a reeducação.

Realmente também entendemos que a solução mais efetiva se dá pela educação, porém isso demanda tempo e esforços, não é algo simples e devemos não nos satisfazer com soluções simplistas que, nada mais são, do que paliativos e que possibilitam o ressurgimento do problema de forma muito mais drástica.

Quando mencionamos o termo educação, não nos referimos apenas a questão da escolaridade, mas sim sobre uma educação crítica onde não se deve ser “levado” apenas pelas massas, especificamente nesse caso, às torcidas.

Diante de todo o exposto, esperamos novos estudos com essa temática, tanto na questão da ciberviolência quanto mais especificamente nas cibertorcidas, que avancem, buscando compreender as inter-relações entre o grupo, as interferências e influências que isso causa fora do mundo virtual, como isso interfere no meio esportivo e, principalmente, quais caminhos podemos trilhar visando à melhoria de todos.

11. REFERÊNCIAS

AGUIAR, G. A., SILVA, J. F. M. As bibliotecas universitárias nas redes sociais: Facebook, Orkut, MySpace e Ning. In: SEMINÁRIO NACIONAL DE BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS, 16. e SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE BIBLIOTECAS DIGITAIS, 2., 2010, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2010. p. 1-12 Disponível em: <http://www.sibi.ufrj.br/snbu2010/pdfs/orais/final_168.pdf>. Acesso em: 28 out. 2014.

AGUIAR, S. Redes sociais na internet: desafios à pesquisa. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 30., 2007, Santos. **Anais...** Santos: Intercom, 2007. p.1-15. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-1977-1.pdf>>. Acesso em 13 out. 2014.

ALARCO, J. J.; ÁLVAREZ-ANDRADE, E. V. Google Docs : uma alternativa de encuestas online. **Educación Médica**, v. 15, n. 1, p. 9–10, 2012. Disponível em: <http://scielo.isciii.es/scielo.php?pid=S1575-18132012000100004&script=sci_arttext>. Acesso em 05 nov. 2014.

ALVES-MAZZOTTI, A. J. Representações sociais: aspectos teóricos e aplicações à educação. **Revista Múltiplas Leituras**, v.1, n. 1, p. 18-43, jan. / jun. 2008. Disponível em: <<https://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/ML/article/viewFile/1169/1181>>. Acesso em: 24 out. 2014.

AMARAL, A. R.; MONTARDO, S. P. Pesquisa em Cibercultura e Internet: Estudo exploratório comparativo da produção científica da área no Brasil e nos Estados Unidos. **Conexão – Comunicação e Cultura**, Caxias do Sul, v. 9, n. 18, jul./dez. 2010. p. 57-73 Disponível em: <<http://www.ucs.br/etc/revistas/index.php/conexao/article/viewFile/618/457>>. Acesso em 02 nov. 2014.

AMARAL, A. R.; MONTARDO, S. P. Pesquisa em Cibercultura: análise da produção brasileira da Intercom. **LOGOS: COMUNICAÇÃO E UNIVERSIDADE**, Caxias do Sul, v. 18, n. 1, 2011. p. 102-116. Disponível em: <http://www.logos.uerj.br/PDFS/34/08_logos34_montardo_amaral_pesquisa.pdf>. Acesso em 02 nov. 2014.

AMARAL, A.; NATAL, G.; VIANA, L. Netnografia como aporte metodológico da pesquisa em comunicação digital. **Cadernos da Escola de Comunicação**, Várzea Paulista, v. 1, n. 6, p. 1-12, 2008. Disponível em: <<http://revistas.unibrasil.com.br/cadernoscomunicacao/index.php/comunicacao/articloe/view/60/59>>. Acesso em 25 set. 2015.

ANDRADE, L. R. **Violência: psicanálise, direito e cultura**. Campinas: Millennium Editora, 2007.

BARBOSA, C. G. **Liderança na gestão do esporte universitário: proposta da criação de uma rede de dados**. 2014. 112 f. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Humano e Tecnologias) – Instituto de Biociências, Universidade Estadual Paulista, Rio Claro, 2014.

BARBOZA, P. **Bandeira de Mello 'ouve' exigências, e terá novo encontro com torcida do Fla**, 2014. Disponível em: <http://www.lancenet.com.br/flamengo/Bandeira-exigencias-encontro-torcida-Fla_0_1154884636.html>. Acesso em 21 ago. 2015.

BARCELOS, R. H. **Nova mídia, socialização e adolescência - um estudo exploratório sobre o consumo das novas tecnologias de comunicação pelos jovens**. 2010. 231 f. Dissertação (Mestrado em Administração), Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2010. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/10183/24512>>. Acesso em: 17 nov. 2014.

BASTOS, A. V. B.; SANTOS, M. V. Redes sociais e informais e compartilhamento de significados sobre mudança organizacional. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 47, n. 3, jul./ set. 2007. p. 27-39. Disponível em: <http://rae.fgv.br/sites/rae.fgv.br/files/artigos/10.1590_S0034-75902007000300003.pdf>. Acesso em 01 nov. 2014.

BEHAIRY, N.; MUKHERJEE, S.; ERTIMUR, B.; VENKATESH, A. Technology-Based Communication Patterns of Youth. **Advances in Consumer Research**, Duluth, v. 33, p. 304-305. 2006. Disponível em: <http://www.acrwebsite.org/volumes/v33/naacr_v33_108.pdf>. Acesso 06 nov. 2014.

BOYD, D. M.; ELLISON, N. B. Social Networks Sites: Definition, History and Scholarship. **Journal of Computer-Mediated Communication**, cidade, v. 13, n. 1, p. 304-305, 2007. Disponível em: <<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x/pdf>>. Acesso em: 17 nov. 2014.

BRAGA, A. Usos e consumo de meios digitais entre participantes de weblogs: uma proposta metodológica. In: ENCONTRO DA COMPÓS, 16., 2007, Curitiba. **Anais...** Curitiba: Universidade Tuiui do Paraná, 2007. p. 1-15 Disponível em: <http://www.compos.org.br/data/biblioteca_162.pdf>. Acesso em: 25 set. 2015.

BRAITHWAITE, D.; EMERY J.; LUSIGNANA, S.; SUTTON S. Using the Internet to conduct surveys of health professionals: a valid alternative? **Family Practice**, Oxford, v. 5, n. 5, p. 545-551, 2003.

BRASIL. Lei nº 12.299, de 27 de julho de 2010. Dispõe sobre medidas de prevenção e repressão aos fenômenos de violência por ocasião de competições esportivas; altera a Lei no 10.671, de 15 de maio de 2003; e dá outras providências. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 28 jul. 2010. Disponível em: <<http://pesquisa.in.gov.br/imprensa/jsp/visualiza/index.jsp?jornal=1&pagina=2&data=28/07/2010>>. Acesso em 01 set. 2015.

CAMPBELL, D. F.; MACHADO, A. A. Ensuring quality in qualitative inquiry: using key concepts as guidelines. **Motriz**, Rio Claro, v. 19, n. 3, p. 572-579, jul./set. 2013. Disponível em: <<http://www.periodicos.rc.biblioteca.unesp.br/index.php/motriz/article/view/7465/pdf>>. Acesso em 12 jan. 2014.

CAMPOS, H. B. **As torcidas de futebol como organizações diversificadas**: um estudo de caso sobre a torcida organizada gaviões da fiel. 62 f. 2011. Monografia (Graduação em Administração) – Faculdade de Ciências Agrárias e Veterinárias, Universidade Estadual Paulista, Jaboticabal, 2011.

CARDOSO, G.; ESPANHA, R. E-Generation 2008: Os Usos de Media pelas Crianças e Adolescentes em Portugal. **Obercom**, Lisboa, mar. 2009. p. 1-251. Disponível em: <<http://www.obercom.pt/client/?newsId=29&fileName=rr8.pdf>>. Acesso em 20 nov. 2014.

CASTRO, J. C. L. Relações fetichistas entre o ciberespaço e o mundo offline. In: SIMPÓSIO EM TECNOLOGIAS DIGITAIS E SOCIABILIDADE, 1., 2011, Salvador: **Anais...** Salvador: SIMSOCIAL, 2011. p. 1-10.

CAVALCANTI, Z. G. **Identidade coletiva de torcidas organizadas de futebol da cidade de São Paulo**. São Paulo, 2002. Tese (Doutorado em Psicologia Social) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, PUC, 2002.

COSTA, C. C. **Corpos híbridos**: a construção do corpo humano na modernidade a partir da arte e da tecnologia. 2009. 175 f. Dissertação (Mestrado em Tecnologia) – Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Curitiba, 2009. Disponível em: <http://repositorio.utfpr.edu.br/jspui/bitstream/1/170/1/CT_PPGTE_M_Costa%2c%20Claudia%20Cristina_2009.pdf>. Acesso em 16 out. 2014.

COVA, B.; PACE, S. "Brand community of convenience products: new forms of customer empowerment – the case “my Nutella The Community”". **European Journal of Marketing**, Bradford, v. 40, n. 9/10, p. 1087-1105, 2016. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1108/03090560610681023>>. Acesso em 28 set. 2015.

DEZAN, F. F. **Corpos modernos e vigorexia na rede social virtual**: ideais midiáticos e suas influências na imagem corporal masculina. 2011. 107 f. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Humano e Tecnologias) – Instituto de Biociências, Universidade Estadual Paulista, Rio Claro, 2011.

EDWARDS, H.; RACKAGES, V. The dynamics of violence in American sport: some promising structural and social considerations. **Journal of Sport and Social Issues**, Thousand Oaks, n. 1, p. 3-31, 1977. Disponível em: <<http://jss.sagepub.com/content/1/2/3>>. Acesso em 20 out. 2015.

ELLISON, N. B.; STEINFELD, C.; LAMPE, C. The benefits of Facebook “friends”: exploring the relationship between college students’ use of online social networks and social capital. **Journal of Computer-Mediated Communication**, Pennsylvania, v. 12, n. 3, p. 6-9, jul. 2007. Disponível em: <<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2007.00367.x/full#b15>>. Acesso em 22 out. 2014.

ELO, S., KYNGÄS, H. The qualitative content analysis process. **Journal of Advanced Nursing**, v. 61, n. 1, 107-115, 2007. Disponível em acesso em

FACEBOOK. **Newsroom statistics**. 2015. Disponível em: <<https://newsroom.fb.com/company-info/>>. Acesso em: 19 out. 2015.

FERREIRA, N. S.; ARRUDA FILHO, E. J. M. Preferência e usabilidade da imagem social no facebook: uma análise netnográfica. In: SEMINÁRIOS EM ADMINISTRAÇÃO - SEMEAD, 15., 2012, São Paulo. **Anais...** São Paulo: USP-FEA, 2012. p. 1-16. Disponível em: <<http://www.ead.fea.usp.br/semead/15semead/resultado/trabalhosPDF/5.pdf>> Acesso em: 02 de nov. de 2014.

FRAGOSO S.; RECUERO R.; AMARAL A. **Métodos de pesquisa para internet**. Editora Sulina, Porto Alegre, 2011.

FRAGOSO, S.; REBS, R. R.; BARTH, D. L. Territorialidades virtuais: identidade, posse e pertencimento em ambientes multiusuários online. **MATRIZES**, São Paulo, v. 5, n. 1, p. 211-225, jul./ dez. 2011.

FRANCO, M. L. P B. **Ensino Médio**: desafios e reflexões. Papyrus. Campinas, São Paulo, 1994.

GARTON, L.; HAYTHORNTHTWAITE, C.; WELLMAN, B. Studying Online Social Networks. **Journal of Computer-Mediated Communication**, Pennsylvania, v. 3, n. 1, jun., 1997. Disponível em: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.1997.tb00062.x/full?sms_ss=facebook&at_xt=4da62ce480237b90,0>. Acesso em: 29 out. 2014.

GRABIA, G. **La doce**: a explosiva história da torcida organizada mais temida do mundo. Tradução de Renato Rezende. São Paulo: Panda Books, 2012.

HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Trad. de Tomaz Tadeu da Silva, Guaracira Lopes Lauro. 6. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

HORKHEIMER, M.; ADORNO, T. W. O grupo. In: _____. **Temas básicos da Sociologia**. Tradução de Álvaro Cabral. 2. ed. São Paulo: Editora Cultrix, 1986a. p. 61-77.

HORKHEIMER, M.; ADORNO, T. W. A massa. In: _____. **Temas básicos da Sociologia**. Tradução de Álvaro Cabral. 2. ed. São Paulo: Editora Cultrix, 1986b. p. 78-92.

JIN, S. A. A. The virtual malleable self and the virtual identity discrepancy model: investigative frameworks for virtual possible selves and others in avatar-based identity construction and social interaction. **Computers in human behavior**, reino unido , v. 28, n. 6, p. 2160 - 2168, 2012.

KOZINETS, R. V. E-Tribalized marketing?: the strategic implications of virtual communities of consumption. **European Management Journal**, v. 17, n. 3, p. 252-264, jun. 1999. Disponível em: <http://kozinets.net/wp-content/uploads/2008/06/etribalized_marketing_emj.pdf>. Acesso em 18 nov. 2014.

KOZINETS, R. V. **Netnografia**: realizando pesquisa etnográfica online. Tradução por Daniel Bueno. Porto Alegre: Penso, 2014.

LANTER, J. R. Spectator identification with the team and participation in celebratory violence. **Journal of Sport Behavior**, Mobile, v. 34, n. 3, p. 268-280, 2011. Disponível em: <<http://connection.ebscohost.com/c/articles/64875654/spectator-identification-team-participation-celebratory-violence>>. Acesso em 20 out. 2015.

LE BON, G. **Psicologia das multidões**. Tradução de Ivone Moura Delraux. Coleção Pensadores. Lisboa: Edições Roger Delraux, 1980.

LEMOS, A. **A comunicação das coisas**: teoria ator-rede e cibecultura. São Paulo: Annablume, 2013.

LOPES, F. T. P.; CORDEIRO, M. P. Torcidas organizadas do futebol brasileiro: singularidades e semelhanças com outros grupos de torcedores da América do Sul e da Europa. **Revista Espaço Acadêmico**, Maringá, v. 9, n. 104, p. 75-83, 2010. Disponível em: <<http://www.periodicos.uem.br/ojs/index.php/EspacoAcademico/article/view/8785/5146>>. Acesso em 03 dez. 2014.

MACHADO, A. A. Ciber mundo implica em ciberpsicologia? In: SEMINÁRIO DE PSICOLOGIA DO ESPORTE E MOTRICIDADE HUMANA, 4. e CONGRESSO NACIONAL DE PSICOLOGIA DA MOTRICIDADE HUMANA, ESPORTE, RECREAÇÃO E DANÇA, 1., 2012, Rio Claro. **Anais...** Rio Claro: LEPESPE, 2012. Disponível em: <http://www.lepespe.com.br/downloads/ANAIS_IVSPEMH_2012.pdf>. Acesso em: 05 nov. 2014.

MACHADO, A. A. Emoções no esporte: a busca de equilíbrio. In: BARTHOLOMEU, D.; MONTIEL, J. M.; MIGUEL, F. K.; CARVALHO, L. F.; BUENO, J. M. H. (Org.). **Atualização em avaliação e tratamento das emoções**. São Paulo: Vetor, 2013. p. 367 – 388.

MACHADO, A. A. **Psicologia do esporte**: da educação física escolar ao esporte de alto nível. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 2006.

MACHADO, A. A.; ZANETTI, M. C.; MOIOLI, A. O corpo, o desenvolvimento humano e as tecnologias. **Motriz**, Rio Claro, v. 17, n. 4, p. 728-737, out./dez. 2011.

MALDONADO, M. T. As várias faces do bullying. In: _____. **Bullying e cyberbullying: o que fazemos com o que fazem conosco**. São Paulo: Moderna, 2011. p. 11 –39.

MALINI, F; ANTOUN, H. **A internet e a rua**: ciberativismo e mobilização nas redes sociais. Coleção Cibercultura. Porto Alegre: Sulina, 2013.

MARRA e ROSA, G. A.; SANTOS, B. R. **Facebook e as nossas identidades virtuais**. Brasília: Thesaurus, 2013.

MATTOS, R. **Em 2013, Brasileiro tem brigas de torcidas de 17 dos 20 times**. 2013. Disponível em: <<http://rodrigomattos.blogosfera.uol.com.br/2013/10/14/em-2013-brasileiro-tem-brigas-de-torcidas-de-17-dos-20-times/>>. Acesso em: 11 nov. 2013.

MATUCK, A.; MEUCCI, A. A criação de identidades virtuais através das linguagens digitais. **Comunicação Mídia e Consumo**, São Paulo, v. 2, n. 4, p. 157-182, 2005.

MENEZES MARTINS, F.; MOMBERGER, J. CIBERCULTURA E imaginário hooligan: RITUAIS TRIBAIS E VIOLÊNCIA SOCIAL NO ORKUT. **Razón y Palabra [On-line]**, Monterrey, v.13, n.64, p. 1-14 set./out., 2008. Disponível em: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199520727019>>. Acesso em 26 set. 2014.

MENEZES, J. S. As diversas formas de sociabilidade praticada entre os integrantes da torcida os imbatíveis. In: CONGRESSO LUSO AFRO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS, 11., 2011, Salvador. **Anais...** Salvador: UFBA, 2011. p. 1-16. Disponível em: <http://www.xiconlab.eventos.dype.com.br/resources/anais/3/1307578212_ARQUIVO_ARTIGO-ASDIVERSASFORMASDESOCIABILIDADE.pdf> Acesso em: 26 de jun. de 2015.

MIO, B. I; CITATI, A. M; GIMENEZ, V. S. **Bullying**: un fenómeno de nuestros tempos. San Isidro: Aquitania Ediciones, 2013.

MOCELLIM, A. Internet e identidade: um estudo sobre o website Orkut. **Em Tese**, Florianópolis, v. 3, n. 2, p. 100-121, jan./jul. 2007. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/emtese/article/view/13477/12360>>. Acesso em 13 out. 2014.

MOIOLI, A. **A relação das novas mídias de comunicação e o esporte**: rupturas e conflitos para a formação moral a partir da representação social do futebol. 301 f. 2013. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Humano e Tecnologias) – Instituto de Biociências, Universidade Estadual Paulista, Rio Claro, 2013.

MONTENEGRO, M. M. B. M. **“GERAÇÃO NET”**: Representações dos Jovens sobre a Televisão e Internet. 2010. 99 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologia da Informação) - Instituto Universitário de Lisboa, Lisboa, 2010. Disponível em: <https://repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/3295/1/Margarida%20Montenegro_%20Gera%C3%A7%C3%A3o%20Net_Representa%C3%A7%C3%B5es%20dos%20Jovens%20sobre%20Telev%C3%A3o%20e%20Internet.pdf>. Acesso em 20 nov. 2014.

MORÃO, K. G.; SCHIAVON, M. K.; MACHADO, A. A. A ocorrência de bullying e sua influência no abandono esportivo. **Coleção Pesquisa em Educação Física**, Várzea Paulista, v. 10, n. 6, p. 25-32, 2011. Disponível em: <<https://www.fontouraeditora.com.br/periodico/vol-10/Vol10n6-2011/Vol10n6-2011-pag-25a32/Vol10n6-2011-pag-25a32.pdf>>. Acesso em 20 dez. 2014.

MORATO, M. P. A dinâmica da rivalidade entre pontepretanos e bugrinos. In: DAOLIO, J. (Org.). **Futebol, cultura e sociedade**. Campinas: Autores Associados, 2005, p. 73-104.

MORDUCHOWICZ, R. **Los adolescentes y las redes sociales**: la construcción de la identidad juvenil en Internet. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2012.

MURAD, M. **A violência no futebol**. São Paulo: Saraiva, 2012.

MURZI, D.; ULIANA, S.; SUSTAS, S. El fútbol de luto. Análisis de los factores de muerte y violencia en el fútbol argentino. In: GÓDIO, M.; ULIANA. (Org.) **Fútbol y sociedad**: practicas locales e imaginarios globales. Sáenz Peña: EDUNTREF, 2011. p. 175 – 196.

NÓBREGA, L. P. A construção de identidades nas redes sociais. **Fragmentos de Cultura**, Goiânia, v. 20, n. 1/2, p. 95-102, jan/fev. 2010. Disponível em: <<http://revistas.ucg.br/index.php/fragmentos/article/viewFile/%201315/899>>. Acesso em: 17 de out. de 2014.

O ESTADO DE SÃO PAULO (ESTADÃO). **Cresce número de brigas agendadas pela internet**, 2010. Disponível em: <<http://esportes.estadao.com.br/noticias/geral,cresce-numero-de-brigas-agendadas-pela-internet-imp-,610615>>. Acesso em 09 jan. 2015.

OSORIO, F. **Ciberbullying**: acoso y violencia en las redes sociales. Buenos Aires: Ediciones Urbano, 2014.

OSTROWSKY, M. K. The social psychology of alcohol use and violent behavior among sports spectators. **Agression and Violent Behavior**, Oxford, v. 19, n. 4, p. 303-310, 2014. Disponível em: <<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S135917891400041X>>. Acesso em 24 set. 2014.

PATRÍCIO, R.; GONÇALVES, V. Facebook: rede social educativa? In: ENCONTRO INTERNACIONAL TIC E EDUCAÇÃO, 1., 2010, Lisboa. **Anais...** Lisboa: Universidade de Lisboa, 2010. p. 593-598. Disponível em: <http://www.trmef.lfernandes.info/ensaio_TRMEF.pdf>. Acesso em: 28 out. 2014.

PERUZZO, C. M. K. Comunidades em tempo de redes. In: PERUZZO, C. M. K.; COGO, D.; KAPLÚN, G. (Orgs.). **Comunicación y movimientos populares**: ¿cuales redes? São Leopoldo: Unisinos, 2002. p. 275-298.

PIERRI, M. A. **Cuando todo es violencia**: construir una sociedad de reponsabilidad. Buenos Aires: Ediciones B, 2009.

PIHL, C. When customers create the ad and sell it – a value network approach, **Journal of Global Scholars of Marketing Science**, Abingdon, v. 23, n. 2, p. 127-143, 2014. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1080/21639159.2013.763487>>. Acesso em 28 set. 2015.

PIMENTA, C. A. M. **Torcidas organizadas de futebol**: violência e auto-afirmação, aspectos das novas relações sociais. Taubaté: Vogal, 1997.

PINHEIRO, E. P. **Crimes virtuais**: uma análise da criminalidade informática e da resposta estatal, 2006. Disponível em: <http://www3.pucrs.br/pucrs/files/uni/poa/direito/graduacao/tcc/tcc2/trabalhos2006_1/emeline.pdf>. Acesso em 30 dez. 2014.

REBOREDO, L. A. **De “eu e tu” a “nós”**: o grupo em movimento como espaço de transformação das relações sociais. 2. ed. Piracicaba: Editora Unimep, 1995

REBUSTINI, F. **A vulnerabilidade no esporte e a exposição às novas mídias**: um estudo sobre o Twitter. 109 f. 2012. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Humano e Tecnologias) – Instituto de Biociências, Universidade Estadual Paulista, Rio Claro, 2012.

RECUERO, R. C. O Orkut como formador de novas identidades no ciberespaço. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 30., 2007, Santos. **Anais...** Santos: Intercom, 2007. p.1-15. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R0796-1.pdf>>. Acesso em 13 out. 2014.

RECUERO, R. **Redes sociais na internet**. 2. ed. Porto Alegre: Sulina, 2009.

REIS, H. H. B. **Futebol e sociedade**: As Manifestações da torcida. Campinas, 1998. Dissertação (Doutorado em Estudos do Lazer) – Faculdade de Educação Física, UNICAMP, 1998.

RHEINGOLD, R. **The Virtual Community**: Homesteading on the Eletronic Frontier. Cambridge: MIT Press, 1993. Disponível em: <<http://www.rheingold.com/vc/book/>>. Acesso em: 17 nov. 2014.

RIBEIRO, L. B. **Lesões em atletas de voleibol: uma análise da motivação.** 2014. 65 f. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Humano e Tecnologias) – Instituto de Biociências, Universidade Estadual Paulista, Rio Claro, 2014.

RÍMOLI, C. **As torcidas organizadas estragaram o Carnaval paulista. Trouxeram a violência, o medo....** E levam o que interessa: muito dinheiro.... 2012. Disponível em: <<http://esportes.r7.com/blogs/cosme-rimoli/as-torcidas-organizadas-estragaram-o-carnaval-paulista-trouxeram-a-violencia-o-medo-e-levam-o-que-interessa-muito-dinheiro-22022012/>>. Acesso em: 7 ago. 2015.

RÍMOLI, C. **O exemplar rompimento do Cruzeiro com suas organizadas. CBF e Conmebol já foram avisadas. Por causa dos vândalos infiltrados, não há mais o menor relacionamento com as torcidas. Que os outros clubes do Brasil tenham a mesma coragem em 2014....** 2014. Disponível em: <<http://esportes.r7.com/blogs/cosme-rimoli/o-exemplar-rompimento-do-cruzeiro-com-suas-organizadas-cbf-e-conmebol-ja-foram-avisadas-por-causa-dos-vandalos-infiltrados-nao-ha-mais-o-menor-relacionamento-com-as-torcidas-que-os-outros-clubes-d-07012014/>>. Acesso em: 21 ago. 2015.

ROCCO JUNIOR, A. J. O “cyberhooligan” brasileiro: hacker, cracker ou cyberpunk? In: MARQUES, José Carlos. (Org.). **Comunicação e esporte: diálogos possíveis.** São Paulo: Intercom, 2007. p. 35 – 52.

ROCCO JUNIOR, A. J. O “cyberhooligan” brasileiro: hacker, cracker ou cyberpunk? In: MARQUES, José Carlos. (Org.). **Comunicação e esporte: diálogos possíveis.** São Paulo: Intercom, 2007. p. 35 – 52.

ROCCO JUNIOR, A. J. **O gol por um clique: uma incursão ao universo da cultura do torcedor de futebol no ciberespaço.** 266 f. 2006. Tese (Doutorado em Comunicação e Semiótica) – Pontifícia Universidade Católica, São Paulo, 2006.

ROCCO JUNIOR, A. J; SALLES, C. A. S. Ser ou pertencer: o grande dilema do torcedor organizado de futebol nas redes sociais. **TECCGOS**, São Paulo, n. 8, p. 50-69, jun./dez. 2013. Disponível em: <http://www4.pucsp.br/pos/tidd/teccogs/artigos/2013/edicao_8/4-ser_pertencer-grande_dilema_torcedor_organizado_futebol_redes_sociais-ary_jose_rocco-carlos_affonso_sartore_salles.pdf>. Acesso em 15 ago. 2015.

ROLLIM, R. M. **O escolher “ser” árbitro de futebol e a motivação para prática sob o olhar da psicologia do esporte:** investigação centrada na tecnologia do Google™ docs. 2014. 57 f. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Humano e Tecnologias) – Instituto de Biociências, Universidade Estadual Paulista, Rio Claro, 2014.

ROMERA, L. A.; REIS, H. H. B. Uso de álcool, futebol e torcedores jovens. **Motriz**, Rio Claro, v. 15, n. 3, p. 541-551, jul./set. 2009. Disponível em: <<http://www.periodicos.rc.biblioteca.unesp.br/index.php/motriz/article/view/2334/2471>>. Acesso em 10 dez. 2014.

ROTSTEIN, G.; ZARKO, R. **Ingressos e até transporte**: torcidas organizadas têm benefício do Vasco, 2013. Disponível em: <<http://globoesporte.globo.com/futebol/times/vasco/noticia/2013/12/ingressos-e-transporte-organizadas-sao-beneficiadas-pelo-vasco.html>>. Acesso em 02 set. 2015.

SALGADO, A. C.; LÓSCIO, B. F. Integração de dados na Web. In: ESCOLA REGIONAL DE INFORMÁTICA DA SBC – REGIONAL DE SÃO PAULO, 6., 2001, São Carlos. **Anais...** São Carlos: USP-ICMC, 2001. p. 157-174. Disponível em: <<http://www.cin.ufpe.br/~if696/referencias/integracao/JAI01.pdf>> Acesso em: 02 de nov. de 2014.

SANTANDER, A. C.; BRAVO, C. R. **Bullying blando, bullying duro y cyberbullying**: nuevas violencias y consumos culturales. Rosario: Homo Sapiens Ediciones, 2013.

SILVA, J. M. C. M.; HUADY, A. T.; GABRIELLI, L.; ALBUQUERQUE, M. E. V.; JESUS, P. C.; MELLO, R. M. B. Carnaval, Futebol e Violência das Torcidas Organizadas: Uma Breve Análise Sobre a Relação entre Barbárie e Civilização na Questão do Carnaval na Cidade de São Paulo Em 2012. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUDESTE, 17., 2012, Ouro Preto. **Anais...** Ouro Preto: Intercom, 2012. p.1-15. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2012/resumos/R33-2136-1.pdf>>. Acesso em 27 jun. 2015.

SILVA, S. R.; PRAÇA, G. B.; ABRAHÃO, B. O.; VIANA, J. A.; GOMES, A. S. As torcidas organizadas de minas gerais: relações, organização e manifestações. **Licere**, Belo Horizonte, v. 13, n. 4, p. 1-24, dez. 2010. Disponível em: <<https://seer.lcc.ufmg.br/index.php/licere/article/view/519/411>>. Acesso em 26 jun. 2015.

SILVA, T. T. A produção social da identidade e da diferença. In: _____ (Org.). **Identidade e diferença**: a perspectiva dos estudos culturais. Rio de Janeiro: Vozes, 2000. p. 73 – 102.

SOARES, F. **Bem me quer, mal me quer**: conheça as alianças entre as torcidas organizadas. 2013. Disponível em: <<http://placar.abril.com.br/materia/bem-me-quer-mal-me-quer-conheca-as-aliancas-entre-as-torcidas-organizadas/>>. Acesso em: 05 ago. 2015.

SPAAIJ, R. Men like us, boys like them: Violence, masculinity, and collective identity in football hooliganism. **Journal of Sport and Social Issues**, Thousand Oaks, v. 32, n. 4, p. 369-392, 2008. Disponível em: <<http://ramonspaij.nl/wordpress/wp-content/uploads/Spaij-Men-like-Us-Boys-like-Them.pdf>>. Acesso em 30 dez. 2014.

SULLIVAN, J. P. Gangs, hooligans, and anarchists – the vanguard of netwar in the streets. In: ARQUILLA, J.; RONDENFELDT, D. (Org.) **Networks and netwars: the future of terror, crime, and militancy**. California: Santa Monica, 2000. p. 99 – 126.

SUSTAS, S. Planos y lógicas de la violencia en el fútbol. Análisis y descripción de los enfrentamientos en que suceden las muertes en la Argentina. In: GÓDIO, M.; ULIANA. (Org.) **Fútbol y sociedad: practicas locales e imaginarios globales**. Sáenz Peña: EDUNTREF, 2011. p. 197 – 217.

UOL. "É fake": relatório diz que 83 milhões de perfis do Facebook são falsos, 2012. Disponível em: <<http://tecnologia.uol.com.br/noticias/redacao/2012/08/02/e-fake-facebook-anuncia-que-83-milhoes-de-perfis-da-rede-sao-falsos.htm>>. Acesso em 16 out. 2014.

UOL. **Confusão, vandalismo, incêndio e detenções marcam a apuração das escolas de samba de São Paulo**, 2012. Disponível em: <<http://carnaval.uol.com.br/2012/noticias/redacao/2012/02/21/confusao-ocorre-durante-a-apuracao-das-escolas-de-samba-de-sao-paulo.htm>>. Acesso em 7 ago. 2015.

VERZANI, R. H.; SCHIAVON, M. K.; MACHADO, A. A. Interferência do bullying no esporte de alto rendimento. **Coleção Pesquisa em Educação Física**, Várzea Paulista, v. 10, n. 6, p. 95-102, 2011. Disponível em: <<https://www.fontouraeditora.com.br/periodico/vol-10/Vol10n6-2011/Vol10n6-2011-pag-95a102/Vol10n6-2011-pag-95a102.pdf>>. Acesso em 20 dez. 2014.

VESSONI, R. Lado obscuro da Copa: ultras e barra bravas estreitam ligações com as torcidas organizadas brasileiras. **Lancenet**, Belo Horizonte, 25 jun. 2014. Disponível em: <http://www.lancenet.com.br/minuto/Hooligans-Barra_bravas-Copa_2014-torcidas_organizadas-violencia-ultras_0_1162684003.html>. Acesso em: 13 dez. 2014.

WANN, D. L.; HAYNES, G.; MCLEAN, B.; PULLEN, P. Sports team identification and willingness to consider anonymous acts of hostile aggression. **Aggressive Behavior**, New York, v. 29, n. 5, p. 406-413, 2003. Disponível em: <<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/ab.10046/pdf>>. Acesso em 20 out. 2015.

WEIJO, H.; HIETANEN, J.; MATTILA, P. New insights into online consumption communities and netnography, **Journal of Business Research**, New York, v. 67, p. 2072-2078, 2014. Disponível em: <10.1016/j.jbusres.2014.04.015>. Acesso em 28 set. 2015.

YBARRA, M. L.; MITCHELL, K. Youth engaging in online harassment: Associations with caregiver-child relationships, Internet use, and personal characteristics. **Journal of Adolescence**, Londres, v. 27, n. 3, p. 319-336, 2004. Disponível em: <<http://www.unh.edu/ccrc/pdf/jvq/CV63.pdf>>. Acesso em 13 set. 2014.

ZANETTI, M. C. **Second Life®**: corpo ou avatar? Realidade ou fantasia? 178 f. 2013. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Humano e Tecnologias) – Instituto de Biociências, Universidade Estadual Paulista, Rio Claro, 2013.

ZYSMAN, M. **Bullying**: cómo prevenir e intervenir en situaciones de acoso escolar. Buenos Aires: Paidós, 2014.