

Manifestações e características da torcida do Volta Redonda Futebol Clube: uma análise da cultura e identidade local

Gil Bracarense Leite¹

RESUMO ESTRUTURADO

Introdução/Problematização: No futebol brasileiro, os clubes locais costumam enfrentar inúmeras dificuldades já que as pessoas preferem torcer pelos clubes das capitais. Geralmente, o público nos jogos desses clubes é baixo, evidenciando uma falta de identidade entre população e time. Como torcer pelo clube da comunidade não parece ser a cultura dominante no Brasil é importante estudar as características envolvidas na relação entre torcida e clubes locais. Entre essas agremiações tem-se como exemplo o Volta Redonda FC, de Volta Redonda-RJ.

Objetivo/proposta: O presente trabalho teve como objetivo descrever as manifestações e características da torcida do Volta Redonda FC, popularmente Voltaço, analisando a cultura do torcedor local e a identidade existente entre clube e torcida.

Procedimentos Metodológicos: Foi aplicado um questionário aos torcedores e simpatizantes do clube e realizadas observações em dias de jogos, tornando possível uma compreensão mais ampla acerca da cultura e comportamento do torcedor do clube local.

Principais Resultados: A se destacar nos resultados, o fato de que menos de 20% dos entrevistados têm o Voltaço como único time e a baixa presença de público pagante nos jogos, espelhando um cenário de dificuldade comum no Brasil para a maioria dos clubes de menor porte, em que as populações locais costumam torcer pelos clubes das capitais.

Considerações Finais/Conclusão: Ainda há um longo caminho a ser percorrido para que haja maior identidade entre clubes locais e comunidades. No caso específico do Voltaço, um retrato atual pode parecer desanimador devido aos poucos torcedores exclusivos e à baixa média de público. Contudo, há sinais de esperança já que em jogos de grande apelo tem-se maior envolvimento da população local, explicitando que há um potencial a ser desenvolvido, pois, muitos têm simpatia pelo clube. Recomenda-se que futuras pesquisas entrevistem aqueles que não acompanham o clube, pois, podem ser decisivos na ampliação do número de torcedores.

Contribuições do Trabalho: Espera-se contribuir positivamente para o clube, possibilitando que se conheça o perfil do público frequentador dos seus jogos. Ademais, há poucos trabalhos no país debatendo o cenário dos clubes locais, de modo que estudos como esse podem auxiliar na discussão, sabendo que o futebol pode ajudar a fortalecer as culturas locais e atividades econômicas.

Palavras-Chave: clubes locais; identidade; cultura; Volta Redonda.

¹ Professor Adjunto da Universidade Federal Fluminense (ICHS/ Volta Redonda) Email: gilbracarense@id.uff.br

1. Introdução

Considerando o cenário do futebol brasileiro, os chamados clubes locais – normalmente times de cidades do interior ou de bairros nas grandes capitais – enfrentam consideráveis dificuldades. Muitos não possuem estádio próprio (propriedade do poder público municipal) e têm pouco ou nenhum patrocínio e cotas de direitos de transmissão. Além disso, ainda que se encontrem exceções, a maior parte das pessoas prefere torcer pelos clubes grandes das capitais, ignorando as agremiações locais. Em geral, o público nos jogos desses clubes de menor porte no Brasil é reduzido, evidenciando uma falta de identidade entre população local e time². Santos e Monastirsky (2012) lembram que o futebol é um elemento central da cultura brasileira e colaborou na construção da identidade nacional. Porém, isso não necessariamente se reflete em maior sentimento de pertencimento no âmbito local.

Torcer por um clube local está ligado à identidade entre população e comunidade, um aspecto cultural bastante enraizado em outros países, como pode ser visto em Vignoli (2017), onde o apoio e popularidade independem de títulos e receitas, estando mais vinculados à conexão existente na relação entre torcida e clube.

A princípio, acredita-se que essa não é a cultura dominante que orienta a relação entre clubes de menor porte no Brasil e suas respectivas populações locais. Contudo, como descreve Martha (2020), o futebol é capaz de trazer unidade nacional, regional e local, e de unificar espaços – cidades, estados, regiões – em um só sentimento: o de um grupo de torcedores. Tendo em vista este contexto, o futebol pode ajudar a fortalecer as culturas locais e atividades econômicas através dos clubes.

Nesse sentido é importante estudar e compreender as características que envolvem a relação entre torcida e clubes locais no Brasil, a identidade entre eles e as manifestações culturais do torcedor. Entre essas agremiações tem-se o Volta Redonda Futebol Clube, time do interior do Estado do Rio de Janeiro, conhecido popularmente como Voltaço. Reconhecidamente um clube de menor alcance nacional, mas que vem há alguns se estabilizando como participante do Campeonato Brasileiro (atualmente na Série C) e há algumas décadas na série A do Campeonato Estadual. Sendo assim, o trabalho busca responder o seguinte problema de pesquisa: como é a relação entre torcida e o Volta Redonda Futebol Clube?

Analisando respostas obtidas com a aplicação de um questionário e realizando observações em dias de jogos, o trabalho tem como objetivo geral descrever as manifestações e características da torcida do Voltaço. Como objetivos específicos, têm-se os seguintes: descrever o comportamento do torcedor por meio de diferentes métodos; compreender a cultura do torcedor e sua identidade com o clube; e contribuir positivamente para o clube, possibilitando que se conheça o perfil do público frequentador dos seus jogos.

Por fim, é importante pontuar que não há muitos trabalhos no Brasil debatendo o cenário dos clubes locais, de tal maneira que estudos como esse podem auxiliar futuras pesquisas, um ampliação da discussão e maior reflexão sobre o tema.

² A denominação de alguns clubes como sendo menores não traz nenhum caráter depreciativo à história destes. Tal classificação, mesmo que possa gerar controvérsias, tem a ver com aspectos mais objetivos, como tamanho de torcida, títulos, alcance etc.

2. Fundamentação teórica: clubes locais

Não há uma definição oficial sobre clubes locais, mas, informalmente têm sido chamados assim aqueles clubes de menor abrangência, normalmente clubes de cidades do interior ou de bairro nas grandes capitais, muitas vezes nomeados também como clubes pequenos ou menores. Ou, de maneira oposta, pode-se identificar os clubes locais como aqueles que não têm alcance nacional e tampouco global. Tais clubes enfrentam inúmeros obstáculos financeiros, como por exemplo: dificuldade em atrair patrocínios relevantes e duradouros; não conseguem cobrar valores elevados de ingressos (pelo contrário); têm pouco espaço na mídia e muitos dos seus jogos não são transmitidos, entre outros entraves que por muitas vezes é atenuado apenas pelo forte vínculo da comunidade que os cercam.

Apesar de se observar um aumento nas publicações sobre futebol, percebe-se que ao analisar o cenário dos clubes estudados nem todos são igualmente contemplados. Muitas das investigações tratam de temas que se adequam aos clubes grandes – de alcance nacional ou global – como internacionalização do futebol, construção de novas arenas, preços elevados dos ingressos, substituição de torcedores tradicionais por consumidores de esporte etc. Já os clubes locais estão alijados do processo de globalização do futebol e, por esse motivo, são pouco estudados.

Como aponta Clark (2006), grande parte das pesquisas realizadas focou em clubes grandes, vitoriosos e situados nas cidades mais populosas, citando especificamente o Manchester United como exemplo inglês. Poucos estudos se concentraram nas cidades menores e seus clubes distantes do topo, comuns às ligas inferiores. Para o autor, considerando o cenário dos clubes locais, ainda que individualmente cada um tenha seus próprios problemas, o estudo de um deles deve ser capaz de transcender esse ambiente local para fornecer informações sobre questões mais abrangentes.

Em uma justificativa para estudá-los, Lawrence (2016) destaca que nos clubes locais, muitos deles consistentemente fora das primeiras divisões, as comunidades de torcedores experimentam a relação de fã de futebol de forma única, tanto espacial quanto culturalmente. Destaca, ainda, que é particularmente importante explorar empiricamente as comunidades de torcedores pertencentes a clubes de futebol menores, devido à escassez de literatura sobre o assunto e para entender melhor como os processos de neoliberalização e a globalização cultural e econômica afetam as comunidades e as identidades locais.

Para Shobe (2006), é útil considerar a conexão entre esporte e lugar, pois permite examinar significados e identidades que as pessoas escolhem para si mesmas. Examinar o esporte oferece uma janela importante para a construção e reprodução de identidades coletivas e representações de lugares. Mas, é importante frisar que o próprio grupo dos clubes locais é bastante heterogêneo entre os países. Enquanto em algumas nações – como no Reino Unido – parece haver a consciência de que independentemente do desempenho, os clubes locais devem ser apoiados pelo simples fato de ser o time da comunidade, em outras – como o Brasil – o fato de não serem vitoriosos, faz muitos desses clubes serem abandonados. Isso é descrito diretamente em Lawrence (2016) que, estudando especificamente o pequeno clube inglês Walsall FC, afirma que o apoio não é algo momentâneo relacionado a vitórias e

performances, é uma alegria do senso coletivo de identidade baseada no lugar, vivido através das comunidades do futebol.

Em um direcionamento interessante, Clark (2006) destaca alguns atrativos dos clubes locais, o que vem sendo popularmente chamado de “futebol raiz”. Enquanto os torcedores dos clubes grandes sofriam diversas restrições em seus estádios (preço, assento marcado, controle, movimentação restrita etc.), a experiência do dia de jogo dos torcedores do Scunthorpe United e muitos outros clubes de divisões inferiores permaneceu relativamente inalterada. Em destaque: sem política de assentos marcados, os torcedores ainda podem se movimentar com relativa autonomia em suas arquibancadas; como não há aumento na demanda por um recurso “em excesso”, os preços permaneceram relativamente acessíveis para todos os interessados e a liberdade para se movimentar no estádio ajuda a criar a atmosfera, pois, os torcedores que desejam cantar podem ficar juntos.

Lawrence (2016) traz alguns depoimentos de torcedores que mostram a importância de um clube de futebol para uma cidade. Há declarações, por exemplo, dizendo que ninguém conheceria o lugar se não fosse pela existência do clube de futebol ou que o clube dá identidade à cidade e que ele é tão importante ou mais do que qualquer outra coisa. Parece algo simples, mas, um clube de futebol de fato carrega muito do senso de pertencimento local.

Foi possível encontrar alguns trabalhos na literatura internacional sobre clubes locais, consultando as bases de dados da *Web of Science*, Google Acadêmico e Periódicos Capes. Mapeando trabalhos que envolvem os temas futebol, cultura e identidade relacionados a este universo de clubes podem ser destacados os seguintes. No Reino Unido, que concentra a maioria dos estudos, tem-se: Jensen (2023) que abordou o Millwall FC; Williams e Peach (2018) e Xu (2019) que trataram do Leicester FC; Wood e Gabie (2011) que estudaram o Middlesbrough FC; Williams e Caulfield (2020) e Watkins e Cox (2021) que trataram, respectivamente, de Bradford Park Avenue AFC e Worcester City FC, times que integram a chamada *Non-League* no futebol inglês (séries abaixo da 4ª Divisão). Além dos já citados anteriormente nesta seção Clark (2006), sobre o Scunthorpe United, e Lawrence (2016) sobre o Walsall FC. Nos trabalhos sobre clubes espanhóis, Delgado e Gomez (2017) estudaram o Granada FC; e Herrero-Andreu e García-Jimenez (2020) analisaram o Real Murcia. Na Alemanha destaca-se trabalhos sobre o FC St. Pauli, como Daniel e Kassimeris (2013) e Totten (2016). E, de maneira geral, pode-se destacar o livro de Vignoli (2017), que visitou estádios de clubes locais da Europa, como o FC St. Pauli, Rayo Vallecano e Union Berlin, descrevendo em detalhes a atmosfera em um dia de jogo e conversando com torcedores.

Na América do Sul, tem-se na Argentina, Luna (2021) que tratou do clássico local entre os times da cidade de Jujuy, e Horowitz (2014) que estudou os times de bairro de Buenos Aires. No Uruguai, Moggi (2021) analisou o Racing de Montevideo. Já na literatura nacional poucos trabalhos foram encontrados, mas, têm-se algumas exceções. Campos (2018) estudou a Chapecoense-SC; Santos e Monastirsky (2012) tratam do Operário Ferroviário (de Ponta Grossa-PR); Martha (2020) analisou o Brasil de Pelotas-RS; Silva (2011) fez um trabalho sobre o Democrata-MG e Calderari e Sulzbach (2017) sobre o Rio Branco-PR.

3. Metodologia

Foi aplicado um questionário em que o público-alvo era torcedores e simpatizantes do Voltaço, ou seja, direcionado àqueles com interesse pelo clube. O questionário foi disponibilizado ao longo do ano de 2020 em grupos de torcedores em redes sociais e em aplicativos de mensagens onde estavam presentes aproximadamente 5.500 pessoas. A opção pelo formato digital foi devido à pandemia do Coronavírus que impediu a presença de público nos estádios brasileiros desde março de 2020 até o final de 2021. Mas, pela experiência pessoal do autor acredita-se que os grupos citados reúnam uma parcela considerável daqueles que frequentam os jogos do clube. No total, foram obtidas 333 respostas.

Já as observações dos jogos tiveram como base o trabalho de Martha (2020), que utilizou a observação não participante durante alguns jogos do Brasil de Pelotas - RS, identificando as diversas manifestações socioespaciais e culturais que ocorrem nos dias de jogos e registrando a exibição de faixas, músicas cantadas, entre outros elementos significativos da identidade do torcedor local de futebol. Conforme aponta Lawrence (2016), observar indivíduos com diversas lealdades ao clube, dentro e ao redor do estádio em diferentes períodos permite que o corpo pesquisador fique imerso no contexto da pesquisa.

3.1 Estudo de caso: Volta Redonda Futebol Clube

O Volta Redonda Futebol Clube ou simplesmente Voltaço foi fundado em 1976 na cidade de Volta Redonda - RJ. Desde sua origem o clube manda seus jogos no Estádio Raulino de Oliveira, de propriedade da prefeitura municipal. Atualmente (2023) está disputando a primeira divisão do Campeonato Estadual e a Série C do Campeonato Brasileiro, onde vem se mantendo com certa estabilidade desde 2017. Entre suas maiores glórias estão o vice-campeonato estadual de 2005 (que inclui o título de um dos turnos, a Taça Guanabara) e o título de Campeão Brasileiro da Série D em 2016.

Tal qual a maioria dos clubes do interior do Brasil, é considerado um clube de menor porte em títulos, recursos financeiros e torcida já que a população da cidade tem preferência pelos clubes grandes da capital do Estado. Dados recentes de público pagante deixam em evidência o pouco interesse dos volta-redondenses pela equipe: a média de público nos jogos em casa na Série C foi de 430 pagantes em 2018, 465 em 2019 e, com o retorno do público aos estádios após a pandemia, 372 pagantes em 2022. Números insignificantes frente aos aproximadamente 261.000 habitantes do município³ (GLOBO ESPORTE, 2022).

Contudo, ainda que o cenário pareça desolador, existem sinais de esperança uma vez que em jogos de maior apelo ou jogos decisivos tem-se um crescimento da presença de público e envolvimento da população local⁴. Logo, há um potencial a ser desenvolvido, pois, sabe-se que muitos têm uma simpatia pelo clube. O que fazer para essa simpatia e interesse casual virar lealdade duradoura é o desafio para os clubes menores.

³ Vale ressaltar que no Campeonato Estadual as médias aumentam, mas claramente enviesadas devido aos jogos contra os clubes grandes da cidade do Rio de Janeiro e sua numerosa torcida em Volta Redonda e região.

⁴ Alguns exemplos: em 2017 o clube enfrentou o Cruzeiro-MG pela Copa do Brasil, atraindo um público total de 2.891 torcedores. No ano anterior, a final do Campeonato Brasileiro da Série D 2016 contra o CSA levou 7.848 pessoas ao estádio (GLOBO ESPORTE, 2022).

4. Discussão e resultados

4.1 Questionário

Do total das 333 respostas, 88,59% indicaram ser do sexo masculino, o que abre espaço para se debater posteriormente a questão da exclusão de gênero no estádio ou ao menos nos espaços de discussões nas redes sociais. A maior parte mora na própria cidade de Volta Redonda (72,67%), seguido por aqueles que residem nas cidades vizinhas da Região Sul Fluminense (10,81%).

Foi perguntado aos torcedores “*Qual sua relação de torcedor com o Voltaço?*” Somente 18,98% responderam “*o Voltaço é meu único time*”. Os 81,02% restantes torcem para dois times ou são apenas simpatizantes do clube. Ou seja, considerando um universo de pessoas que torcem e simpatizam pelo clube, menos de 20% torcem exclusivamente pelo Voltaço. Isso traz à tona o debate sobre o torcedor misto, que vem ganhando espaço em discussões recentes (ver, por exemplo, Araújo (2021)) e ainda é um hábito comum nos municípios do interior e em Estados que não possuem clubes grandes no cenário nacional.

Já em relação à totalidade da cidade, foram encontrados dados de uma pesquisa de torcida (do blog Teoria dos Jogos⁵) que indicou que somente 1% da população torce para o Voltaço, com a maioria sendo torcedora dos clubes grandes da capital. Um número certamente preocupante, ainda que esconda a quantidade de pessoas simpatizantes e que apoiam o clube da cidade como segundo time. Dessa forma, uma pesquisa mais ampla precisa ser feita abordando o tema.

Os torcedores também foram questionados sobre “*O que te estimula ir ao estádio para assistir um jogo do Voltaço?*”. Era possível indicar mais de uma alternativa, sendo as mais citadas “*Apoiar o time da cidade*”, com 77,1%, e “*A experiência de estar com amigos e familiares em um dia de lazer*”, com 34,9%. Portanto, aqueles que acompanham o clube demonstraram ter a consciência da importância do time para a comunidade local.

Outro questionamento foi: “*Você considera o Voltaço um orgulho da comunidade local?*”. Em teoria, o sentimento de orgulho deveria ser frequente, já que é o clube que representa a cidade. Contudo, isso não se verifica para quase 28% das pessoas que responderam que “*Depende do desempenho e do momento do time*” (23,2%) e “*Não*” (4,5%). De certa forma, essa é uma característica cultural do torcedor brasileiro que, mesmo com exceções, condiciona um maior apoio aos bons desempenhos. Porém, são necessários outros parâmetros para afirmar se as porcentagens acima são altas ou baixas.

Outra pergunta presente no questionário foi “*Quantas camisas do Voltaço você possui?*”. Esse tipo de questionamento está relacionado ao vínculo do torcedor com o clube, o orgulho de representar suas cores e carregar algum objeto no dia a dia, como descrevem Fillis e Mackay (2014) que, ao estudar diferentes segmentos de torcedores do clube escocês Hibernian FC, identificaram que aqueles mais leais se orgulham de representar sua equipe na comunidade de

⁵ O Blog Teoria dos Jogos fazia parte do site Globo Esporte. Como ele encerrou as atividades e foi retirado do ar não foi possível indicar a referência original da pesquisa. Foi encontrada apenas uma antiga página do blog na rede social Facebook: www.facebook.com/blogteoriadosjogos.

forma mais ampla fora dos dias de jogos, utilizando camisas ou qualquer outra peça do clube, mesmo se ele estiver em um mau momento, o que serve para comunicar valores e demonstrar que é torcedor do clube. De forma relativamente surpreendente, 23,2% dos respondentes disseram não possuir camisa do clube. Ainda que a aquisição de camisas certamente esteja relacionada a fatores financeiros, não é comum pessoas interessadas por um clube não possuir uma única peça sequer⁶.

Foi perguntado também “*Quais alternativas você considera importante para o crescimento do Voltaço?*”. Era possível assinalar mais de uma resposta, sendo que as mais citadas foram: “*Mais apoio da população da cidade*” (77,1%); “*Mais ações de marketing e divulgação*” (73,2%); “*Mais apoio de empresários locais*” (69,9%); e “*Melhores resultados esportivos*” (68,7%). As respostas deixam em evidência que para a torcida é necessário que o clube faça sua parte (marketing e resultados), mas que haja uma contrapartida da população e dos empresários da cidade, apoiando mais fortemente o clube local.

Os torcedores também foram questionados se “*Você iria mais vezes aos jogos do Voltaço se houvesse atrativos no dia de jogo?*”, em que 50,6% responderam que “*Sim*”. Como a maior parte da torcida tem dois times ou são apenas simpatizantes, provavelmente eles precisam de um estímulo para frequentar mais jogos. A simples existência do jogo do time da cidade não parece ser suficiente para atraí-los, de modo que seria necessário que o clube realizasse eventos concomitantes aos jogos, promoções, sorteios etc.

4.2 Observações em dias de jogos

Nessa seção, serão apresentadas algumas visitas feitas ao Estádio Raulino de Oliveira em dias de jogos do Voltaço, onde o objetivo foi descrever sua atmosfera, comportamento da torcida, espaço ao redor do estádio, entre outras características e manifestações. Foram analisados quatro jogos em momentos bastante diversos: um no ano de 2019; dois em 2022 e um em 2023. A razão deste espaçamento nas observações deve-se à pandemia do Coronavírus e à impossibilidade de se frequentar jogos em 2020 e 2021 devido à proibição de público nos estádios, todavia, esse longo hiato pode ser útil para identificar se há alguma mudança em curso ou se há um padrão cristalizado nos últimos anos.

Jogo 1 (28/07/2019): O primeiro jogo analisado foi Volta Redonda 2 x 1 Luverdense-MT pela Série C do Campeonato Brasileiro de 2019 ocorrido em um domingo às 16:00. O Voltaço vinha de uma boa sequência de partidas, com 5 jogos invictos, e tinha a possibilidade de assumir a liderança em seu grupo. Mesmo assim, o público pagante foi de apenas 358 torcedores. Até aquele momento, nos 6 jogos realizados em casa no mesmo campeonato, a média de público era de 303 pagantes.

Jogo 2 (26/01/2022): O segundo jogo observado foi Volta Redonda 2 x 4 Vasco da Gama, em uma quarta-feira às 19:00, marcando a estreia no Campeonato Estadual 2022. O público pagante foi de 2.528 torcedores, no entanto, é possível afirmar com convicção que a maior parte do público era formada por torcedores do adversário. Este é um cenário historicamente

⁶ Ademais, não foi especificado na pergunta que o material deveria ser oficial de jogo. Então poderiam ser consideradas réplicas de menor preço comum no comércio popular.

comum quando o Voltaço enfrenta os chamados clubes grandes da capital. Visualmente, acredita-se que no máximo 500 pessoas estavam no lado destinado ao time local. Para dar embasamento a esse número estimado, viu-se que a média de público nos jogos seguintes foi de somente 223 pagantes em 4 partidas.

Esse jogo tinha um componente importante. Após dois anos sem público devido à pandemia, o clube voltava a jogar com torcida em seu estádio, o que poderia ser algo relevante para atrair o torcedor. Mas, na prática, esse fato foi pouco explorado pelo clube em suas redes sociais nos dias anteriores, sendo citado apenas em uma única publicação no dia do jogo com a frase “*Foram quase dois anos longe, mas o reencontro com a família Voltaço no Raulino de Oliveira está chegando*”. Do outro lado, devido à longa espera, esperava-se também que poderia haver um interesse maior da cidade e uma expectativa pelo retorno do público aos jogos do Voltaço, o que não se verificou.

Jogo 3 (29/08/2022): O terceiro jogo observado foi Volta Redonda 1 x 0 Aparecidense-GO, em uma segunda-feira às 20:00, a estreia em casa na fase final do Campeonato Brasileiro Série C de 2022. O time vinha de boa campanha na primeira fase, conseguindo a classificação para esta fase final que poderia lhe dar a almejada vaga na Série B nacional. O público pagante foi de 620 torcedores. Comparativamente, nos 9 jogos ocorridos em casa até então pela primeira fase, a média havia sido de 290 pagantes, sendo que em todo o momento o clube esteve bem posicionado para se classificar para a fase final.

Jogo 4 (02/05/2023): O quarto e último jogo analisado foi Volta Redonda 0 x 1 Pouso Alegre-MG em uma terça-feira às 19:00. O jogo marcava a estreia do clube no Campeonato Brasileiro Série C de 2023, o que sempre pode ser um atrativo. O time vinha de ótima campanha no Campeonato Estadual 2023, ainda que tenha saído da competição sofrendo uma derrota por muitos gols, o que interfere no ânimo de simpatizantes. O público pagante foi de 280 pessoas.

A seguir uma descrição geral de elementos dos dias de jogos do Voltaço no Estádio Raulino de Oliveira com base nas quatro partidas citadas acima, e tendo como destaque alguns elementos importantes: redondezas do estádio; torcidas, músicas e faixas; e ingressos.

4.2.1 Redondezas do estádio

Chegando aos jogos pelas ruas ao redor do estádio não se vê muita identificação da população com o clube. Nos muros e casas não há nada que se associe ao Voltaço, como pinturas, grafites e bandeiras fazendo alusão ao time e que são comuns em outras localidades. Vendedores informais (ou ambulantes) de comida, bebida e produtos diversos que são característicos dos arredores de estádios não estavam presentes nos *Jogos 1 e 3*, mas, havia um ambulante no *Jogo 2*, vendendo alguns materiais do clube local e majoritariamente camisas do clube visitante e outro *Jogo 4* vendendo bebidas.

Historicamente, só há um bar na rua próxima à entrada dos torcedores do Voltaço, mas, dentro e fora do estabelecimento não há nenhuma referência ao time. No momento do *Jogo 1* ele estava em funcionamento. Para o *Jogo 2*, este mesmo bar se encontrava fechado devido aos efeitos negativos da pandemia, enquanto no *Jogo 3* ele tinha sido reaberto, ainda que operando

em escala menor, pois, funcionava apenas em dias de jogos atendendo a um pedido de torcedores. Do *Jogo 4* em diante o estabelecimento não esteve mais aberto.

4.2.2 *Torcidas*

O cenário recorrente há longos anos no Raulino de Oliveira é a presença de muitas faixas espalhadas pelo estádio, mas, pertencentes a torcidas sem instrumentos e quase sem integrantes, ainda que bastante antigas e fiéis já que a maioria foi criada nos primeiros anos de fundação do clube. Já as torcidas responsáveis por criar a atmosfera, cantar músicas e levar instrumentos (as organizadas e/ou barras) andaram oscilando nos últimos anos na frequência ao estádio. Por esse motivo o clima em alguns jogos tem sido um pouco silencioso, até pela habitual presença de torcedores mais idosos, que também é algo bastante associado aos jogos do Voltaço (isso muda em jogos decisivos ou quando a fase é boa, com a presença mais assídua das torcidas organizadas). Ainda é possível encontrar alguns espectadores com camisas dos clubes grandes da capital, mas a sensação que se tem é que esse hábito vem diminuindo cada vez mais.

Tratando de forma específica, no *Jogo 1* havia quase nenhum instrumento (foi observado apenas um tambor e uma corneta) e poucos integrantes, o que acabou influenciando no comportamento do resto da torcida, pois, não havia grupos para iniciar os cantos. Esse cenário contrasta com o contexto já especificado, de que o time vinha de 5 jogos sem perder e tinha possibilidade de assumir a liderança de seu grupo.

No *Jogo 2*, a partida se iniciou com um pequeno público do time da casa e somente com as faixas das citadas torcidas antigas e, como já descrito, uma quantidade bem superior de torcedores do clube adversário. O público local estava majoritariamente sentado ou vendo o jogo na grade. Apenas com o transcorrer do primeiro tempo entraram algumas torcidas organizadas, com bandeiras, instrumentos e um bom número de integrantes (visualmente por volta de 50 pessoas) que passaram boa parte do jogo em pé e cantando.

No *Jogo 3*, uma torcida organizada esteve presente em bom número, com instrumentos e bandeiras, algo que vinha se consolidando ao longo da Série C 2022. Como o momento do clube era positivo, dada a classificação para a fase final, um número maior de pessoas estava se aproximando deste grupo de torcedores durante os jogos, de modo que mesmo com a baixa média de público é possível ver um cenário positivo se desenvolvendo ao longo de 2022.

No *Jogo 4*, em comparação ao final de 2022, houve uma queda no número de integrantes da torcida organizada, o que fez os cantos serem em menor quantidade e alcance. Mas, de todo modo, eles estavam presentes. No geral, o que no início das observações (2019) era uma oscilação na presença de qualquer torcida organizada no estádio, agora (2023) passou a ser uma presença frequente de pelo menos uma torcida com a oscilação sendo no número de integrantes conforme o momento do clube, o que pode ser visto como um avanço.

4.2.3 *Músicas e faixas*

Em relação às músicas observadas nos quatro jogos, no geral são adaptações de canções entoadas pelas torcidas dos grandes da capital, apenas com a substituição do nome do clube

por “Voltaço” ou “Volta Redonda”. Há também alguns cantos mais curtos, como a simples repetição do nome do clube ou com a frase “Vamos subir Taço”. Não foi percebida nos jogos frequentados nenhuma canção exclusiva de torcedores do clube, mas há de se destacar que em alguns momentos foram usados tons depreciativos ao Barra Mansa Futebol Clube, agremiação da cidade vizinha de mesmo nome. É curioso, pois, apesar de haver uma rivalidade entre cidades, o clube em questão está muito abaixo esportivamente do Voltaço, tanto que raramente jogam entre si.

Isso mostra que a presença de mais de um clube de destaque em uma região pode ser positiva para ambos, pois, a existência de um rival ajuda a movimentar as cidades, conforme descrito por Gómez-Bantel (2016) que destaca as rivalidades locais como algo que fortalece a identidade do torcedor com seu time. Um exemplo prático foi o único jogo entre Voltaço x Barra Mansa na primeira divisão do Campeonato Estadual, no ano de 2015, que levou 7.090 espectadores ao Estádio Raulino de Oliveira, um número consideravelmente maior que a média histórica do clube já descrita em seções anteriores.

Conforme Clark (2006) descreve ao analisar os cânticos do pequeno clube inglês Scunthorpe United, é necessário (na visão dos torcedores) estabelecer uma diferenciação entre a sua identidade e os clubes ou cidades rivais, de modo que denegrir esses clubes na frente de sua torcida é uma forma eficaz de marcar a fronteira entre eles.

Em relação às faixas e bandeiras de torcidas que normalmente estão presentes no estádio a maioria tem apenas o nome da respectiva organização. Mas, três se destacam por tratar da identidade e história do município. Uma delas tem a expressão “Cidade do Aço”, fazendo alusão à alcunha do município e sua origem siderúrgica pioneira na industrialização do país. Outras duas são oriundas de uma torcida organizada com inspiração nas chamadas barras argentinas, mas vale dizer, não esteve presente em todos os jogos observados. Uma bandeira tem o nome de três metalúrgicos da Companhia Siderúrgica Nacional mortos em um confronto com o exército na greve geral de 1988 e outra tem a silhueta de um operário, reproduzindo uma estátua situada na praça central da cidade e que foi feita em homenagem aos trabalhadores pioneiros que construíram Volta Redonda. Esta aproximação entre torcida e história e formação do município pode contribuir para aumentar a identidade da população local com o clube.

4.2.4 Ingressos

Algo que influencia diretamente na presença do público certamente é o preço dos ingressos. Há alguns anos o clube vinha adotando um valor promocional de R\$ 10,00 (como no *Jogo 1*) para os jogos em casa contra clubes de menor porte no Campeonato Estadual e jogos das fases iniciais na Série C, o que abarca a maioria das partidas em 2019 e 2022 (excluindo os anos sem público devido à pandemia). Estes valores só foram atualizados recentemente no ano de 2023 quando o preço usual passou a ser R\$ 20,00 (como no *Jogo 4*).

Dentro das possibilidades, acredita-se que estes sejam valores acessíveis para um evento de entretenimento, de modo que a princípio não se pode associar de forma direta o baixo público nos jogos do Voltaço a um possível valor elevado de ingresso. Por exemplo, tomando como base o ano de 2019, dados de público e renda nas Séries A, B e C disponíveis no site Globo

Esporte mostravam que o ticket médio do Voltaço estava entre os mais baratos em um total de 60 clubes.

A política de preços muda apenas em jogos decisivos e contra os clubes grandes. Para o *Jogo 2*, por exemplo, o ingresso tinha um valor de R\$ 60,00 a inteira e R\$ 30,00 a meia entrada. E para o *Jogo 3*, o valor cobrado era de R\$ 20,00, ainda que se o torcedor quisesse comprar um pacote incluindo todos os jogos da fase final, o valor unitário do ingresso por jogo era novamente R\$ 10,00.

5. Conclusão

O presente trabalho teve como objetivo descrever as manifestações e características da torcida do Volta Redonda Futebol Clube, analisando as respostas obtidas com a aplicação de um questionário e realizando observações em dias de jogos. Um retrato estático do cenário atual pode parecer desanimador, uma vez que apenas 18,98% das pessoas que torcem ou simpatizam pelo clube tem o Voltaço como único time e, ademais, a média de público tem sido consideravelmente baixa, entre 300 e 500 pagantes. Porém, conhecendo o histórico da relação entre clube e cidade, sabe-se que existe uma simpatia que pode ser vista em jogos de maior apelo, mas que ainda não se consolidou de forma duradoura.

Uma sugestão para futuras pesquisas é que seja dada continuidade às observações em jogos já que, ainda que haja certo padrão consolidado há anos, uma observação ampla sempre pode trazer análises mais completas. Além disso, recomenda-se como importante complemento a este trabalho, que sejam feitas entrevistas em profundidade com torcedores e simpatizantes do Volta Redonda, sejam eles novos ou antigos, para que se possa conhecê-los com maior riqueza de informações e para que se possam debater de forma direta pontos que estiveram presentes no questionário.

Igualmente importante é a sugestão para que novos estudos abordem não somente o torcedor e simpatizante do clube, mas, sim, o “outro lado da cidade”. Ou seja, aquela parcela numerosa da população que não acompanha, desconhece e até ignora a existência do clube. Conhecer suas características e visões sobre o Volta Redonda Futebol Clube pode ser decisivo na ampliação do número de torcedores.

Por fim, observa-se que o futebol e os esportes como um todo foram por muito tempo negligenciado como tema de pesquisa acadêmica, tendo sua importância cultural e econômica ignoradas, o que é ainda mais verdadeiro quando se fala dos clubes locais. Espera-se que trabalhos como esse possam servir para incentivar uma maior reflexão de estudiosos e da população como um todo, o que pode ajudar a criar uma maior identidade local, com reflexos positivos sobre as respectivas comunidades.

6. Referências

ARAÚJO, A. F. N. O torcedor é, antes de tudo, um consumidor: disputas e coexistência com torcedores mistos. **Ludopédio**, São Paulo, v. 146, n. 43, 2021.

CALDERARI, N.; SULZBACH, M. T. Rio Branco Sport Club e Paranaguá/PR: Representações Políticas. **REVISTA NEP (Núcleo de Estudos Paranaenses)**, v. 3, n. 1, p. 423-435, 2017.

CAMPOS, F. R. G. Modificações nos espaços percebido, concebido e vivido em Chapecó-SC devido à Associação Chapecoense de Futebol no período de 2014 a 2016. **Geosul**, v. 33, n. 68, p. 366-394, 2018.

CLARK, T. 'I'm Scunthorpe'til I die': Constructing and (re) negotiating identity through the terrace chant. **Soccer & Society**, v. 7, n. 4, p. 494-507, 2006.

DANIEL, P.; KASSIMERIS, C. The politics and culture of FC St. Pauli: From leftism, through anti-establishment, to commercialization. **Soccer & Society**, v. 14, n. 2, p. 167-182, 2013.

DELGADO, A. A.; GOMEZ, G. A. Myths, Rites, Identity and Alterity in a Football Stadium. **Revista de Dialectología y Tradiciones Populares**, v. 72, n. 2, p. 505-526, 2017.

FILLIS, I.; MACKAY, C. Moving beyond fan typologies: The impact of social integration on team loyalty in football. *Journal of Marketing Management*, 30(3-4), 334-363, 2014.

GLOBO ESPORTE. **O público nos estádios do Brasil**. Disponível em: <<http://app.globoesporte.globo.com/futebol/publico-no-brasil/index.html>>. Acesso em: 10 dez. 2022

GÓMEZ-BANTEL, Adriano. Football clubs as symbols of regional identities. **Soccer & Society**, v. 17, n. 5, p. 692-702, 2016.

HERRERO-ANDREU, E.; GARCÍA-JIMÉNEZ, L. La construcción mediática de las identidades regionales periféricas: el Real Murcia Club de Fútbol como espacio simbólico de negociación de sentido. **Revista Mediterránea de Comunicación**, v. 11, n. 1, p. 195-212, 2020.

HOROWITZ, J. Football clubs and neighbourhoods in Buenos Aires before 1943: The role of political linkages and personal influence. **Journal of Latin American Studies**, v. 46, n. 3, p. 557-585, 2014.

JENSEN, O. Black Millwall: memories of football and neighbourhood in South London. **Identities**, v. 30, n. 2, p. 181-197, 2023.

LAWRENCE, S. 'We are the boys from the Black Country'! (Re) Imagining local, regional and spectator identities through fandom at Walsall Football Club. **Social & Cultural Geography**, v. 17, n. 2, p. 282-299, 2016.

LUNA, N. L. Fútbol, Jujuy y sus identidades: el clásico Zapla-Talleres. **Questión**, v. 3, n. 69, p. 1-47, 2021.

- MARTHA, E. G. M. **“Avante com todo esquadrão”: geografia do futebol, identidades territoriais e manifestações socioespaciais: estudo de caso sobre o Grêmio Esportivo Brasil, Pelotas-RS.** 2020. 125f. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Instituto de Ciências Humanas, Universidade Federal de Pelotas, Pelotas. 2020.
- MOGNI, R. B. La escuela del barrio: Hacia una aproximación de la identidad de la hinchada del Racing Club de Sayago. **Cuadernos del CLAEH**, v. 40, n. 114, p. 203-225, 2021.
- SANTOS, E. R.; MONASTIRSKY, L. B. Operário Ferroviário Esporte Clube: Patrimônio cultural de Ponta Grossa. **Raega - O Espaço Geográfico em Análise**, v. 24, p. 52-68, 2012.
- SHOBE, H. Place, identity and football: Catalonia, catalanisme and football club Barcelona, 1899–1975. **National identities**, v. 10, n. 3, p. 329-343, 2008.
- SILVA, T. F. **O futebol no interior de Minas Gerais: os significados do torcer pelo Esporte Clube Democrata.** 2011. 94f. Dissertação (Mestrado em Lazer) – Escola de Educação Física, Fisioterapia e Terapia Ocupacional, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte. 2011.
- TOTTEN, M. Football and community empowerment: how FC Sankt Pauli fans organize to influence. **Soccer & Society**, v. 17, n. 5, p. 703-720, 2016.
- VIGNOLI, L. **À Sombra de Gigantes.** Rio de Janeiro: Corner, 2017.
- WATKINS, L.; COX, L. The limits of loyalty to professional football teams and the attraction of non-league football: A case study of Worcester City FC. **Soccer & Society**, v. 22, n. 7, p. 716-731, 2021.
- WILLIAMS, J.; CAULFIELD, P. ‘Why do I want to go and watch that?’ English non-league football fans in the Premier League era. **Sport in Society**, v. 23, n. 5, p. 901-919, 2020.
- WILLIAMS, J.; PEACH, J. ‘We are all Foxes Now’: sport, multiculturalism and business in the era of Disneyization. **Sport in Society**, v. 21, n. 3, p. 415-433, 2018.
- WOOD, J.; GABIE, N. The football ground and visual culture: recapturing place, memory and meaning at Ayresome Park. **The International Journal of the History of Sport**, v. 28, n. 8-9, p. 1186-1202, 2011.
- XU, J. Colour in urban places: A case study of Leicester City Football Club blue. **Color Research & Application**, v. 44, n. 4, p. 613-621, 2019.