



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA**

VINÍCIUS MARQUES DE MACÊDO

DA ASCENSÃO À QUEDA: Análise do relacionamento dos torcedores do América com o clube

**NATAL/RN
2019**

VINÍCIUS MARQUES DE MACÊDO

DA ASCENSÃO À QUEDA: Análise do relacionamento dos torcedores do América com o clube

Monografia apresentada como requisito parcial para obtenção do título de bacharel em Comunicação Social, com habilitação Publicidade e Propaganda, Universidade Federal do Rio Grande do Norte.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Marcela Costa da Cunha Chacel

NATAL/RN

Universidade Federal do Rio Grande do Norte - UFRN
Sistema de Bibliotecas - SISBI
Catalogação de Publicação na Fonte. UFRN - Biblioteca Setorial do Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes -
CCHLA

Macêdo, Vinícius Marques de.

Da ascensão à queda: análise do relacionamento dos torcedores do América com o clube / Vinicius Marques de Macedo. - Natal, 2019.

79f.: il. color.

Monografia (graduação) - Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, 2019.

Orientador: Profa. Dra. Marcela Costa da Cunha Chacel.

1. Futebol - Monografia. 2. Torcida - Monografia. 3. América de Natal - Monografia. 4. Pesquisa exploratória - Monografia. 5. Entrevista em profundidade - Monografia. I. Chacel, Marcela Costa da Cunha. II. Título.

RN/UF/BS-CCHLA

CDU 659.1:796.332

2019
VINÍCIUS MARQUES DE MACÊDO

DA ASCENSÃO À QUEDA: Análise do relacionamento dos torcedores do América com o clube

Monografia apresentada como requisito parcial para obtenção do título de bacharel em Comunicação Social, com habilitação Publicidade e Propaganda, Universidade Federal do Rio Grande do Norte.

Orientadora: Prof^ª. Dr^ª. Marcela Costa da Cunha Chacel

Trabalho de conclusão de curso apresentado e aprovado em 28/11/2019 pela banca examinadora composta pelos seguintes membros:

Prof^ª. Dr^ª. Marcela Costa da Cunha Chacel (orientadora)
Universidade Federal do Rio Grande do Norte – UFRN

Prof. Dr. Luiz Fernando Dal Pian Nobre
Universidade Federal do Rio Grande do Norte – UFRN

Lizete Barbosa da Nóbrega
Universidade Federal do Rio Grande do Norte – UFRN

AGRADECIMENTOS

Primeiramente gostaria de agradecer à minha turma de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda 2015.1 por terem sido uma das melhores coisas que já aconteceram na minha vida. Foram quatro anos e meio de muitas alegrias, sufocos, aprendizagens, mudanças e crescimento, que fico imensamente honrado de ter compartilhado com todos vocês, a melhor turma da história do curso comunicação social da UFRN.

Às minhas famílias Marques Freire e Macêdo agradeço a todos por todo apoio e carinho recebido, especialmente a Glauco Macêdo, meu parceiro nas quadras de tênis, companheiro de pescaria, de estádio, mentor e pai.

Agradeço também a todos os amigos que fiz na Simulação de Organizações Internacionais, a SOI, participando, durante todos esse anos, como delegado e diretor do meu tão amado Comitê de Imprensa Internacional, o CII.

Aos professores Daniel Meirinho e Marcela Costa que criaram um laço especial com nossa turma, deixo também meu muito obrigado.

Por último, agradeço aos meus amigos do Sub-Êxodo que me dão tanto apoio e alegrias.

Imagina o Brasil ser dividido
E o Nordeste ficar independente.
Bráulio Tavares e Ivanildo Vilanova

RESUMO

No ano 2016 o América Futebol Clube (RN), tradicional time de futebol do Nordeste brasileiro, com participações na primeira divisão e campeão da Copa do Nordeste (1998), acabou rebaixado para a quarta divisão do Campeonato Brasileiro de futebol, instaurando uma longa crise de resultados sem precedentes na história do clube na principal competição de futebol do nacional. No primeiro momento, realizamos uma breve contextualização sobre o futebol no Brasil e a relação da torcida com o esporte. Em seguida, contamos a história do América de Natal, como o América Futebol Clube é conhecido, apontando suas principais vitórias e o momento de decadência no qual o time se encontra. Depois de tudo isso, realizamos um estudo exploratório e qualitativo através da aplicação de entrevistas em profundidade com torcedores do América de Natal com o objetivo de identificar se esta crise de resultados provocou alterações no relacionamento da torcida com o clube. Ao final, percebemos que mesmo diante de tantos fracassos e decepções por parte da torcida, o amor pelo América permanece por parte dos torcedores selecionados para a realização da pesquisa.

Palavras-chave: Futebol; Torcida; América de Natal; Pesquisa exploratória; Entrevista em profundidade.

ABSTRACT

In 2016, América Futebol Clube (RN), a traditional Northeastern Brazilian soccer team, with participation in the first division and champion of the Northeast Cup (1998), was demoted to the fourth division of the Brazilian Football Championship, bringing a long crisis unprecedented results in the club's history at the nation's premier soccer competition. In the first moment, we made a brief contextualization about the soccer in Brazil and the relation of the fans with the sport. Then we tell the story of América de Natal, as América Futebol Clube is known, pointing out its main victories and the moment of decay in which the team finds itself. After all this, we conducted an exploratory and qualitative study by conducting in-depth interviews with América fans in Natal to identify if this crisis of results caused changes in the relationship of the fans with the club. In the end, we realize that even in the face of so many failures and disappointments on the part of the fans, the love for América remains on the part of the fans selected for the research.

Keywords: Soccer; Soccer fans; América de Natal; Exploratory research; In-depth interview.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Frontal do antigo Stadium Juvenal Lamartine.	24
Figura 2 - Arquibancada do Juvenal Lamartine lotada durante uma partida de futebol.	25
Figura 3 - O antigo Castelão foi inaugurado em 1972 sem a marquise superior	26
Figura 4 - Pôster da Revista Placar com o América RN campeão da Taça Almir 1973	27
Figura 5 - Equipe do América que conquistou o acesso à série A em 1996	30
Figura 6 - Elenco do América de Natal na final da Copa do Nordeste de 1998 no estádio Machadão, em Natal RN	31
Figura 7 - Torcida do América celebrando o ascensão à série A em 2006	38
Figura 8 - Torcida do América de Natal na Arena das Dunas	43
Figura 9 - Projeto da Arena América com capacidade para 25.000 pessoas....	51
Figura 10 - Ao pesquisar na internet pelo programa de sócio torcedor do América, o torcedor não é prontamente direcionado à página correta	54
Figura 11 - Plano do programa Sócio Mecão de Coração 2019/2020 na página da Arena da Dunas.	55

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Competições nacionais reconhecidas pela CBF como campeonatos brasileiros.....	32
Tabela 2 - Competições nacionais reconhecidas pela CBF como segunda divisão.....	34
Tabela 3 - Competições nacionais reconhecidas pela CBF como terceira divisão.....	34
Tabela 4 - Temporadas do América Futebol Clube (RN) em competições nacionais	36
Tabela 5 - Média de público do América RN no campeonato brasileiro (2002 a 2009).....	37
Tabela 6 - Público presente do América RN nos 5 primeiro jogos em Natal na série A 2007.....	39
Tabela 7- Média de público do América no Campeonato Brasileiro - série D ...	47
Tabela 8 - Médias de públicos anuais: América x ABC (2014 - 2019).....	49
Tabela 9 - Seis clubes nordestinos com maior número de sócios (valores aproximados)	52
Tabela 10 - Roteiro de perguntas.....	59
Tabela 11 - Perfil dos participantes da pesquisa.....	62

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
2 FUTEBOL E TORCIDA	12
2.1 O PAÍS DO FUTEBOL.....	12
2.2 FUTEBOL E TORCIDA	17
3 AMÉRICA: FUNDAÇÃO E PRIMEIROS ANOS	21
3.1 ERA JUVENAL LAMARTINE	23
3.2 ERA CASTELÃO/MACHADÃO.....	25
3.3 DÉCADA DE 1990, O AUGE.....	28
3.4 AMÉRICA, CAMPEÃO DO NORDESTE	30
4 PARTICIPAÇÕES DO AMÉRICA NO CAMPEONATO BRASILEIRO	32
4.1 HISTÓRIA RECENTE.....	36
4.2 ARENA DAS DUNAS E INÍCIO DA DECADÊNCIA	42
4.3 SÉRIE D: O “FUNDO DO POÇO”	44
4.4 ARENA AMÉRICA.....	47
4.5 PATROCÍNIOS E PARCERIAS	51
4.6 SÓCIO-TORCEDOR.....	52
4.7 COTAS DE DIREITOS DE TRANSMISSÃO TELEVISIVA	55
5 PESQUISA DE CAMPO	57
5.1 EXPERIÊNCIAS E COMPORTAMENTOS	62
5.2 PRESENÇA NO ESTÁDIO	64
5.3 OPINIÕES	64
5.4 CONSUMO	65
5.5 MÍDIAS	66
5.6 SÍNTESE DOS RESULTADOS.....	66
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	69
REFERÊNCIAS	72

1 INTRODUÇÃO

O futebol como grande paixão nacional está fortemente presente no cotidiano dos brasileiros, independente de classe social, etnia, região geográfica, idade ou gênero. Este esporte, que inventado na Inglaterra e trazido às terras tupiniquins por Charles Miller, dominou os sentimentos dos brasileiros de tal maneira que transgrediu a sua condição de apenas um esporte, passando a estar intrínseco nas relações sociais, na política, e na cultura brasileira, constituindo-se como parte essencial da identidade nacional.

Se o futebol dominou os brasileiros, o Brasil também o dominou com seu talento natural para o esporte. Os grandes craques brasileiros e as conquistas das Copas do Mundo FIFA tornaram-no a maior potência do futebol no cenário mundial. A chegada do rádio, e posteriormente da televisão, o elevaram ao patamar de esporte de massa, consolidando-o como a grande paixão nacional.

Em um país apaixonado por futebol, criam-se laços emocionais fortes entre torcedores e seu clube do coração, de forma que um time passa a ser parte da identidade individual do torcedor, que se presta a apoiá-lo independente das condições.

Dentro ou fora dos estádios, as torcidas se manifestam através de cânticos, gritos de guerra, aplausos, vaias e protestos, por isso existe um grande senso de coletividade que desperta amor, lealdade e compromisso entre torcida e clube. Dessa forma, há uma cultura no Brasil de que um torcedor deve levar seu time do coração por toda a vida, independente dos resultados.

Nessa perspectiva, este trabalho tem como problemática o caso do relacionamento de torcedores do América Futebol Clube (Rio Grande do Norte), tradicional equipe do Nordeste brasileiro, que nos últimos anos vem passando por uma longa crise de resultados que culminou no seu rebaixamento à divisão mais baixa do Campeonato Brasileiro de futebol, a série D. Para tanto, desenvolvemos uma pesquisa exploratória, qualitativa, por meio de entrevistas em profundidade com seis torcedores(as) do América na tentativa de compreendermos como os(as) torcedores(as) estão se sentindo diante de tantos fracassos do seu time do coração.

Somado a isso, embora não fosse o foco deste trabalho, buscamos fazer uma breve contextualização sobre o futebol e sobre a relação do esporte com a

torcida. Ao mesmo tempo, para que ficasse clara a situação do América, resolvemos contar a história do time desde o seu surgimento, passando pelos seus anos de ouro, até chegar ao rebaixamento à série D. Ademais, pontuamos as iniciativas do time no que diz respeito a possíveis ações de marketing desenvolvidas pelo América, como o caso do programa de sócio-torcedor, por exemplo.

Dessa forma, o trabalho se encontra dividido em seis capítulos, contando com esta introdução (o primeiro) e as considerações finais (o sexto). No segundo capítulo, fazemos uma breve reflexão sobre a presença do futebol no Brasil e também sobre as emoções da torcida, sobretudo, no que diz respeito ao amor romântico, próprio do ato de torcer. Já no terceiro capítulo, começamos a contar a história do América, considerando do momento do seu surgimento até o seu título de campeão da Copa do Nordeste. Por sua vez, no quarto capítulo, mostramos os momentos de decadência do América e igualmente, o que o time tem feito para fidelizar e atrair novos torcedores, além de apontarmos o panorama atual no qual o América se insere. Por fim, o capítulo cinco apresenta os procedimentos metodológicos da pesquisa de campo, a descrição dos participantes e os resultados obtidos a partir da realização desta pesquisa e as considerações finais, retomam o percurso do trabalho e pontuam possíveis contribuições.

Esperamos que esta monografia contribua para os estudos sobre o futebol, especialmente em relação ao futebol rio-norte-grandense, e mais ainda em referência ao América, uma vez que não existe produção científica com esta temática. Daí o porquê de enfatizarmos a história do América e a percepção dos seus torcedores diante de tantos altos e baixos do time.

2 FUTEBOL E TORCIDA

2.1 O PAÍS DO FUTEBOL

Apesar de suas origens inglesas, o Brasil tomou para si o domínio sobre o futebol, autointitulando-se “País do Futebol”. A popularidade da modalidade é tão grande que, muito mais que apenas um esporte, o futebol é parte essencial de contextos socioculturais e políticos do Brasil, além de ter uma contribuição significativa na construção da identidade nacional.

O período entre o fim do século XIX e primeira década do século XX marcou a chegada do *football association* (nome de origem do esporte) ao Brasil, trazido da Inglaterra. Charles William Miller, brasileiro nascido em São Paulo, descendente de escoceses e ingleses, foi o pioneiro na prática do esporte no Brasil sendo responsável por trazê-lo e difundi-lo. Conforme afirma Guterman (2009, p.10): “O esporte aparece primeiro como atividade da elite, importado e jogado por estrangeiros aristocráticos ou ligados aos investidores europeus que exploraram as oportunidades abertas pelo desenvolvimento do país no final do século XIX”. Posteriormente, o futebol se difundiria às classes mais baixas por meio de operários de empresas europeias do ramo ferroviário, que mesmo rejeitados pela aristocracia, organizavam suas próprias ligas amadoras nos subúrbios de São Paulo e Rio de Janeiro (GUTERMAN, 2009).

Segundo Guterman (2009, p.37), a “fase de transição do futebol coincidiu com a da própria sociedade do Brasil”, recém saída da escravidão e cultivadora de valores tradicionais aristocráticos. O futebol, como uma atividade nova, competitiva, igualitária e democrática, confrontava tais valores da sociedade brasileira.

Habituada a jogar e não competir, a sociedade brasileira, construída de favores, hierarquias, clientes e ainda repleta de ranço escravocrata, reagia ambigualmente ao futebol. (...) Foi preciso que essa sociedade vincada por valores tradicionais aprendesse a separar as regras dos homens e da própria partida para que o futebol pudesse ser abertamente apreciado entre nós (DAMATTA, 1994, p. 12).

A aceitação de atletas negros também só ocorreu quando os clubes da elite perceberam que havia talento para o esporte nas classes mais baixas e que jogadores negros poderiam a ser decisivos em partidas. Neste contexto, um dos primeiros grandes craques do Brasil foi Arthur Friedenreich, brasileiro

filho de pai alemão e mãe negra ex-escrava. Friedenreich possuía traços mestiços de seu pai branco e sua mãe negra, além da sua impressionante habilidade no futebol, destacando-o em meio a jogadores majoritariamente brancos. Foi dele o gol que deu o primeiro título internacional à seleção brasileira de futebol no campeonato Sul-Americano de 1919 (GUTERMAN, 2009).

Guterman (2009) afirma que Fried, como Arthur Friedenreich também era conhecido, perdeu sua condição de negro devido à ascendência europeia do seu pai e, sobretudo, por causa da sua condição de herói nacional. Numa sociedade elitista na qual o futebol ainda era sua modalidade esportiva, um negro ocupar a “casa grande” não era facilmente aceitável nem era um argumento atrativo. Inclusive, o próprio Friedenreich não queria ser visto como um negro, justamente porque adentrara um espaço, embora apenas dentro do campo de futebol, exclusivo para brancos, para a elite. Todo esse contexto foi traduzido nas palavras do historiador, escritor e político brasileiro, Caio Prado Júnior, ao afirmar que “uma gota de sangue branco faz do brasileiro um branco [...] a classificação étnica do indivíduo se faz no Brasil muito mais pela posição social” (PRADO JÚNIOR, 1999 apud GUTERMAN, 2009, p. 47).

No entanto, o gol de Fried no Sul-Americano, para Guterman (2009) foi um marco para o futebol brasileiro, sendo um divisor de águas, abrindo espaço para outros jogadores negros e de classes mais baixas. Embora ainda apenas dentro do campo, o futebol brasileiro, aos poucos estava se massificando e deixando de ser um esporte exclusivo para a alta sociedade brasileira. Por essa razão que o gol de Fried, negros e pobres passaram a ter algum valor, somente como jogadores, como pode ser sinalizado em uma matéria do Estado de São Paulo, em 1912, destacada por Guterman (2009, p. 51):

São Paulo transformou-se num vasto campo de futebol. Há sociedades por todos os cantos. Os clubs da Liga acolheram em seu seio rapazes da várzea. Fizeram bem? Achamos muito justo que os operários, os humildes, participem das refregas, mas os operários e humildes que compreendem seus deveres de *sportsmen*.

Com sua massificação, o futebol também se apresentou como ferramenta de disciplina e controle social, nas palavras de DaMatta (1994). A

sua chegada como um elemento modernizador nos anos da Primeira República despertava prazer e paixão aos apreciadores, um confronto físico, igualitário, dentro de campo, regido por regras, em que não havia vítimas ou desonra aos derrotados. Nesta perspectiva, DaMatta (1994, p.13) sinaliza que o futebol se insere numa esfera da vida que possibilita “um efeito de pausa, feriado ou descontinuidade com a sofreguidão exigida pela lógica do lucro, do trabalho e do êxito a todo custo”.

Neste sentido, as pessoas encontravam no futebol uma atividade prazerosa de fuga da rotina incessante de trabalho e de injustiças sociais em um Brasil que se encontrava em um período de industrialização e expansão urbana. Ao mesmo tempo, em um país no qual a divisão de classes mostrava e reiterava o papel dos pobres: vender sua mão de obra em troca de salários baixos e em condições de trabalho desumanas para gerar lucro a um pequeno grupo detentor da maior concentração de riqueza.

Contudo, a classe política brasileira logo viu no futebol um excepcional instrumento político de manipulação e controle das massas. No primeiro governo do presidente Getúlio Vargas houve movimentos de estatização do futebol, contribuindo para a profissionalização de atletas. As disputas entre paulistas e cariocas pelo protagonismo atrasavam o avanço do futebol brasileiro em relação a países europeus e até mesmo a vizinhos como Uruguai e Argentina, que já haviam jogadores com vínculo empregatício. O resultado foram participações pífias da seleção brasileira nas duas primeiras Copas do Mundo FIFA (1930 e 1934), maior torneio de futebol do mundo, organizado pela entidade máxima do futebol mundial. Após a Copa de 1934, vários atletas brasileiros se transferiram para o exterior, onde poderiam ser remunerados. A partir desse momento iniciaram-se os primeiros movimentos para a profissionalização do futebol no Brasil, com reivindicações, boicotes e espécies de greves por parte de atletas. Os clubes que foram pioneiros na remuneração de jogadores foram o Vasco da Gama, Bangu e Corinthians (GUTERMAN, 2009).

Como populista, Vargas percebia o futebol como um elemento importante na conciliação das divergências ideológicas, podendo assim usá-lo para ampliar a base de apoio de seu governo. Getúlio declarava abertamente seu apoio à remuneração de jogadores de futebol, atraindo atletas e classes

mais pobres para sua base. Foi durante o seu primeiro governo, período conhecido como Governo Provisório, que no dia 19 de julho de 1931 ocorreu a primeira transmissão de uma partida de futebol pelo rádio, jogo entre as seleções do estado de São Paulo e Paraná (GUTERMAN, 2009).

Se o futebol já era popular, sua chegada ao rádio o transgrediu a condição de apenas um esporte para os brasileiros, enraizando-o na cultura e na identidade nacional. Como o rádio ainda era uma novidade e os aparelhos eram inacessíveis para a grande maioria da população, as pessoas costumavam se reunir em espaços públicos ou em casas para acompanhar transmissões de jogos. Assim criou-se um senso de coletividade e paixão que definitivamente transformaram o futebol na grande paixão nacional (GUTERMAN, 2009).

A criação de mitos e heróis pelo rádio esportivo, e posteriormente pela imprensa geral, ajudou a formatar o caráter nacionalista e épico atribuído ao futebol. A seleção brasileira começava a representar a pátria, e o futebol em geral, era uma robusta manifestação de brasilidade (GUTERMAN, 2009, p.75).

Em 1950, após o hiato das Copas do Mundo entre 1942 e 1946 devido a Segunda Guerra Mundial, o Brasil realizava um sonho nacional de sediar uma Copa do Mundo. Para o evento foi construído no Rio de Janeiro, o estádio Maracanã (oficialmente chamado Estádio Jornalista Mário Filho), na época o maior estádio do mundo com capacidade para cerca de 150 mil espectadores. A seleção brasileira fez uma grande copa chegando até final em clima de festa, quando acabou derrotada pelos uruguaios por 2x1, episódio que ficou conhecido como *Maracanazo*. Dizem os jornais da época que ao fim do jogo, o Maracanã lotado com mais de 170 mil espectadores estava em completo silêncio, em choque pela derrota. A derrota da seleção na final da copa de 1950 entrou para a história primeira grande “tragédia” do futebol brasileiro (GUTERMAN, 2009).

No mesmo ano da copa no Brasil, foi fundada a primeira rede televisão do Brasil, A TV Tupi, “ainda no primeiro dia de transmissões da TV Tupi, o esporte se fez presente com Aurélio Campos comandando o programa pioneiro “Vídeo Esportivo” (GASPARINO, 2013, p.21). Assim como foi com o rádio,

aparelhos de televisão eram raros e inacessíveis para o grande público, o que só começou a mudar a partir da década de 1970, durante o período da ditadura militar (GASPARINO, 2013).

Houve uma forte política de desenvolvimento industrial e de tecnologia o que impulsionou a fabricação de aparelhos de televisão mais modernos, o que possibilitou o acesso de mais famílias. Mesmo meio a um governo autoritário, antidemocrático, em que haviam perseguições políticas, censura, prisões arbitrárias, torturas e mortes de responsabilidade do próprio governo, o futebol brasileiro vivia seu apogeu. Após ter conquistado as Copas do Mundo de 1958 e 1962, a seleção brasileira foi tricampeã em 1970, consolidando o protagonismo brasileiro no futebol mundial (GUTERMAN, 2009).

As transmissões de partidas de futebol pela televisão elevaram ainda mais o patamar do esporte no país. A TV é diretamente responsável pelo crescimento massivo de muitas torcidas, principalmente de clubes do sudeste, já que eram os que recebiam maior destaque na rede nacional. Em razão disso, hoje em dia, times como Flamengo (RJ) e Corinthians (SP) têm maior torcida nas regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste do que os próprios times locais, como aponta a pesquisa realizada pelo Datafolha (FOLHA DE SÃO PAULO, 2019, INFORMAÇÃO ELETRÔNICA).

Outro acontecimento que transformou o futebol brasileiro foi a inserção de marcas patrocinadoras nos uniformes dos clubes, prática que teve início da década de 1980. Sendo o esporte mais popular do país, as marcas perceberam as enormes vantagens de associar sua imagem pública ao futebol, isso evidentemente aumentou e muito a receitas dos clubes brasileiros (GASPARINO, 2013).

O crescimento financeiro e a natural evolução técnica do futebol, o tornavam cada vez mais competitivo. O Brasil mantinha sua reputação de formar jogadores talentosos, alguns célebres, que marcaram uma geração, tanto pelos clubes que defendiam como pela seleção brasileira, como Zico, Romário, Ronaldo, e vários outros nomes. Os craques brasileiros ganhavam o *status* de celebridades e heróis nacionais. Os brasileiros nascidos a partir da década de 1970 em diante cresceram sob forte contexto do futebol como identidade nacional, um esporte apaixonante, que proporciona glórias, redenções, ascensões sociais, movimenta massas e une o país. Dessa forma,

conforme a população brasileira crescia, paralelamente cresciam também as torcidas (GUTERMAN, 2009).

2.2 FUTEBOL E TORCIDA

A força cultural que o futebol detém no Brasil é tão gigantesca que mesmo que um indivíduo, nascido e criado no Brasil e que não aprecie o esporte, é muito improvável que sua vida não tenha tido minimamente algum tipo de influência do futebol. “No Brasil recebemos, do berço, o nome, a religião, o clube de futebol, que, juntamente com sexo e o estado civil, nos acompanharão pelo mundo social em que acabamos de entrar” (VOGEL, 1982, p. 77 apud AQUINO, 2017, p. 13).

No português brasileiro, aquele ou aquela que assiste e apoia uma equipe de futebol é chamado(a) torcedor(a). Sobre a origem do termo, é possível encontrar duas versões. Conforme Nestrovski, 2017, informação eletrônica), o termo vem das mulheres da elite que iam o estádio, usando luvas. Com o nervosismo do jogo, essas mulheres tiravam suas luvas e as torciam, de maneira que o nome torcedoras passou a ser utilizado. A segunda versão se relaciona ao verbo latim *torquere*, que significa literalmente torcer, mas também distorcer, virar, tornar, desvirtuar e atormentar (PC FILHO, 2017, INFORMAÇÃO ELETRÔNICA).

O fato é que a capacidade do futebol de mobilizar as massas em prol de ir ao estádio para assistir, apoiar, cantar, gritar, aplaudir e celebrar um clube ou uma seleção, desperta um forte sentimento de coletividade naqueles que apreciam o esporte. Segundo DaMatta (1994, p.12) “[O futebol] é uma atividade que indubitavelmente promove sentimentos básicos de identidade individual e coletiva entre nós.” São esses sentimentos de coletividade que formam uma torcida. Somado a isso, a formação de um indivíduo como torcedor pode vir por herança familiar, como já mencionado por Vogel (1982 apud Aquino, 2017), ou por influência de outros grupos sociais que o indivíduo está inserido. Além das práticas de apoio ao clube favorito já mencionadas, protestos, vaias e provocações aos adversários são manifestações que também fazem parte do ação de torcer.

Devido ao processo de massificação do futebol brasileiro, as torcidas dos clubes brasileiros se tornaram grupos bastante diversos, compostos por

peças de todas as classes sociais, idades, etnias, regiões geográficas, hábitos e preferências. Por tanto, pode-se afirmar que existem tipos diferentes de torcedores, citando Heitmeyer e Jörg-Ingo (1992), Flecha e Pontello (2015, p.78) classificam torcedores em três categorias: “os que se orientam pelo consumo; os centrados no futebol e os que se deslocam para o evento.” (HEITMEYER; JÖRG-INGO, 1992 apud FLECHA; PONTELLO, 2015)

O primeiro grupo de torcedores, que no caso são orientados para o consumo do futebol, como prática do lazer, é visto como aqueles que se acomodam nas cadeiras especiais, ou as chamadas tribunas de honra. O segundo grupo (Torcedor Centrados em Futebol) são aqueles que não trocam o futebol por nenhuma atividade. O valor atribuído para estes torcedores é a fidelidade ao clube e a torcida.(...) Por fim, o último grupo de torcedores é aquele orientado pelo evento, ou seja, não se interessam tanto pelo resultado da partida, mas sim no que este resultado poderá resultar na vida de cada um deles (FLECHA; PONTELLO, 2015, p.78).

São estes grupos de torcedores centrados em futebol que compreendem o que aqui no Brasil se conhece como torcidas organizadas. As torcidas organizadas são grupos de torcedores que possuem um relacionamento de fanatismo pelo seu clube. Tais grupos atuam nos estádios como os principais condutores dos cânticos, gritos de guerra e performances nas arquibancadas, com o objetivo principal de apoiar seu time, na vitória ou na derrota. São eles também os principais atores de protestos, vaias, provocações aos rivais e episódios de violência e vandalismo dentro do futebol brasileiro (FLECHA; PONTELLO, 2015).

Em 15 maio de 2003, o Governo Federal sancionou a Lei Nº 10.671, conhecida como Estatuto de Defesa do Torcedor, que tem como principal finalidade zelar pela proteção e defesa dos torcedores de qualquer modalidade esportiva no Brasil, determinando as obrigações das instituições, organizações e entidades responsáveis pela realização de eventos esportivos, similar ao Estatuto de Defesa do Consumidor. Foi a partir do Estatuto do Torcedor que o campeonato brasileiro de futebol, competição até então historicamente desorganizada, passou a seguir um modelo padronizado de disputa e a seguir normas de segurança e transparência que beneficiam os torcedores (FLECHA; PONTELLO, 2015).

Ao pensar o futebol sob um ponto de vista mercadológico, os clubes funcionam como as marcas, e seus torcedores como os consumidores, que têm hábitos de consumos e exigências que devem ser atendidas pela marca. Mas a principal diferença está no fato de que, mesmo com a marca em crise, seus consumidores dificilmente passarão a consumir a concorrência (times rivais), pois no futebol, o torcedor está ligado ao seu clube por relações complexas de paixão, de fidelidade e em certos casos, até fanatismo. Por tal motivo é que um torcedor jamais será apenas um consumidor comum, já que seu time de futebol faz parte de sua identidade e mesmo em momentos de crise, renegá-lo a favor de outro é um ato culturalmente muito mal visto no Brasil.

Ainda sobre a torcida é interessante observar que o sentimento de pertencimento a um grupo é bastante característico do ato de torcer. Para Santos (2019), existe uma união tácita presente em toda torcida, mesmo que as pessoas não se conheçam, não estejam vendo juntos(as) o jogo no estádio ou pela televisão e não estejam geograficamente no mesmo lugar. Tal união é manifestada pelo sentimento que une os que torcem por um time, independentemente de classe, etnia, crença religiosa. Por essa razão, Pereira e Alves (2012, p. 04) afirmam que “talvez seja o único momento em que o mais humilde fica no mesmo nível do mais favorecido, deslumbrado pela mesma emoção, por pelo menos noventa minutos”.

Mesmo o futebol sendo um negócio extremamente rentável, movimentando milhões por meio da venda de jogadores, cotas de patrocínio, o esporte, considerando o mais popular do mundo, consegue reunir milhares de pessoas para acompanhar, torcer, gritar, chorar e se emocionar por seus times (PEREIRA; ALVES, 2012). Por essa razão, Santos (2019) entende que é a emoção, revelada nos distintos comportamentos das torcidas e dos(as) torcedores(as), o elemento essencial para compreender a relação destes com os seus times. E isso não faz diferença se são torcedores(as) que acompanham resultados ou esporadicamente assistem aos jogos, ou se são torcedores(as) que não perdem um jogo. Todo mundo torce pela vitória do seu time de maneira que o ato de torcer torna-se parte do cotidiano dos(as) torcedores(as) (SANTOS, 2019).

Santos (2019) destaca que a emoção, não é sentida e manifestada das mesmas formas pelos(as) torcedores(as), nem quando as pessoas estão assistindo aos jogos sozinhas ou em grupo. Como consequência, é possível encontrar diferentes comportamentos relacionados à torcida – incluindo aí atos de violência, de choro intenso, de declarações de amor, da mistura com a religião – a emoção está sempre presente no ato de torcer (SANTOS, 2019).

A respeito disso, Bandeira e Hijós (2017) apontam que o amor romântico é o sentimento mais presente no ato de torcer. Isso porque, para os autores, a relação entre o(a) torcedor(a) com o seu time é construída pelo amor incondicional, obedecendo uma racionalidade de que se é verdadeiro, tem que ser intenso e passar por vários obstáculos para que se prove real e eterno. Desse modo, é o amor romântico do período do Romantismo, uma vez que, neste a ideia era de que amar é sofrer e quem está pronto para enfrentar todo o qualquer sofrimento, não sabe e, portanto, não deve amar (BANDEIRA; HIJÓS, 2017).

Quando pensamos na relação da torcida com o seu time, o excesso amoroso é recorrente, de maneira que pode desqualificar várias vezes quem torce. Afinal, o amor romântico pode “cegar”, de maneira que quem torce não critique, nem reconheça o desempenho ruim do time, e/ou o amor romântico pode ser exigente, de modo que quem torce, por amar em excesso, queira a perfeição do time. Isso sem falar das decepções e mágoas por derrotas ou jogadores que saem do time, levando torcedores e torcedoras a declararem que nunca mais vão torcer, mas acabam voltando atrás porque, se é amor verdadeiro, não se abandona quando o time mais precisa (BANDEIRA; HIJÓS, 2012).

Não por acaso, é comum encontrarmos cantos das torcidas que evocam o amor e a paixão pelo time. “Nunca irei te abandonar/Sempre estarei aqui, vibrando por ti/Fortaleza Eterno Amor” (canto da torcida do Fortaleza-CE). “E dale dale Bicolor/Eu te sigo aonde for/Bebendo cerveja/Não importa se ganhar/Não importa se perder/A gente alenta/Sou Bicolor de coração/Sigo cantando com emoção/E não importa aonde jogar/A tua torcida vai te apoiar” (canto da torcida do Paysandu-PA). “Corinthians minha vida/Corinthians minha história/Corinthians meu amor” (canto da torcida do Corinthians) (SANTOS, 2019, p.40).

Em paralelo, é válido destacar que no ato de torcer é possível encontrar um caráter identitário coletivo, atribuindo à individualidade dos(as) torcedores(as) uma denominação que significa o pertencimento a um grupo. Desse modo, como sinaliza Santos (2019), pelo sentimento de torcer conseguir criar laços compartilhados em grupo, o sentimento coletivo faz com que uma pessoa não tenha só um nome próprio, mas também leve consigo o nome que denote o pertencimento a uma torcida. Sendo assim, no ato de torcer não nos referimos a João ou a Maria, mas sim ao palmeirense, gremista, americano (SANTOS, 2019).

Nesta perspectiva, como sinalizamos na introdução, vamos buscar entender como a torcida do América Futebol Clube (RN) têm se relacionado com o time diante de tantas derrotas e o seu rebaixamento. No entanto, antes disso, consideramos importante falar sobre o time, sua história e suas estratégias de marketing esportivo, o que pode ser visto nos capítulos três e quatro.

3 AMÉRICA: FUNDAÇÃO E PRIMEIROS ANOS

O América Futebol Clube (RN), nacionalmente conhecido como América de Natal, é uma das agremiações poliesportivas mais tradicionais do Nordeste brasileiro, sendo sua principal atividade esportiva, o futebol profissional masculino. A fundação do clube ocorreu no bairro Cidade Alta, em Natal, capital do estado do Rio Grande do Norte, na data de 14 de julho de 1915, uma quarta-feira. Os fundadores foram um grupo formado por 34 estudantes, comerciários e funcionários públicos. A primeira diretoria eleita no dia seguinte a fundação era composta por Getúlio Soares (presidente), Mário Monteiro (secretário), Clóvis Fernandes Barros (tesoureiro) e Manoel Coelho Filho (guardião de materiais) (AMERICA..., s/a, INFORMAÇÃO ELETRÔNICA).

As primeiras bolas de futebol eram trazidas a Natal por jovens de classe alta que voltavam de férias e as partidas eram disputadas em terrenos descampados pela cidade que iam surgindo pelos bairros conforme o esporte ganhava popularidade. Foi em um destes campos improvisados, na Praça Pedro Velho (mais conhecida pela população local como praça cívica), no bairro de Petrópolis que o América disputou sua primeira partida, contra aquele

que viria a se tornar seu o maior rival, a equipe do ABC Futebol Clube (LOPES, 2017).

Em seus primeiros anos, as cores de seu uniforme eram azul e branco, tendo sido mudadas para as cores atuais, vermelho e branco, em 1918. Neste mesmo ano aconteceu a personificação jurídica do América. Como está relatado na história do clube, no dia 3 de julho de 1918, o então Coronel Júlio Canavarro de Negreiros Melo destruiu a única bola que o time possuía para treinar e jogar e para que pudesse entrar com uma ação indenizatória havia a necessidade de uma pessoa jurídica. Então, exatamente um mês após o incidente, no dia 3 de julho, os estatutos foram assinados no Primeiro Ofício de Notas, pelo então presidente Oswaldo da Costa Pereira (AMERICA..., s/a, INFORMAÇÃO ELETRÔNICA).

A rivalidade centenária, clássica e frequentemente violenta entre América e ABC antecede as próprias fundações de ambos os clubes. Para entendê-la é necessário conhecer a história da cidade do Natal no período dos primeiros anos do século XX, quando existia uma grande rivalidade na cidade entre moradores de bairros vizinhos que nutriam inimizades entre si e protagonizavam conflitos violentos, eram chamados Xarias e Canguleiros. “A origem dos nomes, sabida de todos, é esta: Xarias morador da Cidade Alta, era comedor de xaréu e xareletes, *Caranx hippos*, *Caranx Chrysos*. Canguleiros, morador da Ribeira, comedor de Cangulo, *Balistes velata*, o peixe porco.” (MELO, 1968, p.12).

Além de ser uma disputa territorial entre bairros vizinhos, xarias e canguleiros também possuía um contexto de conflito entre classes sociais. Segundo Melo (1968) foi apenas com a chegada de transporte em 1908, aproximando a população dos dois bairros, que os conflitos foram apaziguados. Contudo, a rivalidade não desapareceu, mas se instaurou na novidade recém chegada no Brasil no início do século XX, o *football*. O ABC Futebol Clube, fundado na Ribeira, era o time dos canguleiro, o América Futebol Clube, fundado na Cidade Alta, eram os xarias. Ambos fundados no ano de 1915, sob o contexto de rivalidade, como assim permanecem até o tempo presente (MELO, 1968).

Devido ao amadorismo do futebol potiguar nos seus primórdios, os campeonatos não apresentavam organização nas disputas. De acordo com

Lopes (2017) era comum que clubes fossem fundados e desativados em menos de um mês de atividade e que jogadores trocassem de equipes semanalmente. Devido a problemas como estes, surgia a necessidade de que houvesse uma entidade responsável organizar e administrar o futebol norte-rio-grandense. Foi então que no mesmo dia de aniversário de fundação do América, 14 de julho de 1918, dirigentes dos clubes América, ABC e Centro Esportivo Natalense fundaram a então Liga de Desportos Terrestres do Rio Grande do Norte, entidade que tinha objetivo cuidar do futebol e atletismo no estado (FNF, s/a, INFORMAÇÃO ELETRÔNICA).

Neste mesmo ano, o América disputou sua primeira partida oficial, vencendo o rival ABC pelo placar de 3 a 0. No ano seguinte, era disputada a primeira edição do campeonato potiguar de futebol, organizado pela Liga de Desportos Terrestres do RN. O América sagrou-se como primeiro campeão do estado. Neste período, a Liga e os clubes não registravam os acontecimentos em atas, o que torna bastante incerto os registros sobre a realização de campeonatos e a homologação de títulos mais antigos (AMERICA..., s/a, INFORMAÇÃO ELETRÔNICA). Ao longo dos anos a Liga sofreu com diversos recessos devido a divergências entre os administrados e foi renomeada algumas vezes¹ até assumir o nome atual de Federação Norte-rio-grandense de Futebol (FNF) em 1976 (FNF, s/a, INFORMAÇÃO ELETRÔNICA).

3.1 ERA JUVENAL LAMARTINE

Natal ganhou seu primeiro estádio de futebol no ano de 1928 quando foi inaugurado o Estádio Juvenal Lamartine (na época, com o nome *Stadium Juvenal Lamartine*), na Avenida Hermes da Fonseca no bairro do Tirol, zona leste da capital potiguar. O estádio levou o nome do então governador do estado por ter sido ele o principal idealizador da construção de um estádio para que a população natalense pudesse desfrutar do futebol, que já era um esporte consideravelmente popular. O terreno foi doado pelo próprio governo do estado à Liga de Desportos do RN, mas para adquirir recursos para que o estádio fosse construído o próprio governador Juvenal Lamartine de Faria iniciou uma campanha de arrecadação e vendas de títulos da dívida pública, sendo ele

¹Em 1946 a Liga mudou de nome para Federação Norte-rio-grandense de Desportos.

mesmo o primeiro a contribuir (TORQUATO, 2011, INFORMAÇÃO ELETRÔNICA).

Figura 1 - Frontal do antigo Stadium Juvenal Lamartine.



Fonte: Prefeitura do Natal (s/a, informação eletrônica).

O Juvenal Lamartine ou JL (como é abreviado pela população) foi inaugurado no dia 12 de outubro de 1928, com capacidade para cerca cinco mil espectadores, distribuídos em volta do gramado e uma arquibancada de madeira que servia como tribuna de honra. Até 1946 só havia partidas durante o período de luz natural porque o estádio não possuía sistema de iluminação. A primeira partida noturna aconteceu às 20h45 do dia 13 de julho de 1946, quando o América goleou a equipe do Treze (PB) pelo placar de 5x1 (TORQUATO, 2011, INFORMAÇÃO ELETRÔNICA).

O Juvenal Lamartine foi o grande palco dos clubes natalenses por mais de quatro décadas até sua decadência no início dos anos 1970. Foi lá que o América conquistou onze dos seus trinta e seis títulos do campeonato estadual, nos anos de 1930, 1931, 1946, 1948, 1949, 1951, 1952, 1956, 1957, 1967, 1969 (TORQUATO, 2011, INFORMAÇÃO ELETRÔNICA).

Figura 2 - Arquibancada do Juvenal Lamartine lotada durante uma partida de futebol.



Fonte: Lopes (2015, informação eletrônica)

Na década de 1940, Natal ganhou atenção do mundo ao receber tropas estadunidenses que lutavam na Segunda Guerra Mundial, havendo inclusive visitas ilustres à cidade, como a do presidente estadunidense Franklin Delano Roosevelt junto ao presidente da república Getúlio Vargas (HOLDER, 2012, INFORMAÇÃO ELETRÔNICA).

O futebol também já havia se tornado a grande paixão nacional, sendo o Brasil escolhido como país sede da Copa do Mundo de Futebol de 1950, chegando até a final, quando foi derrotado pela seleção do Uruguai. Em 1958, a seleção brasileira conquista seu primeiro título mundial, repetindo o feito nas copas do mundo de 1962 e 1970. A popularidade do futebol crescia cada vez mais, assim como a própria cidade do Natal. O Juvenal Lamartine se tornara pequeno para comportar as torcidas potiguares, havia então a necessidade de um estádio maior na cidade (TORQUATO, 2011, INFORMAÇÃO ELETRÔNICA).

3.2 ERA CASTELÃO/MACHADÃO

Ainda na década de 1960, o governo do estado do RN cedeu um terreno a Federação Norte-rio-grandense de Desportos para a construção de um novo estádio, localizado na Avenida Lima e Silva, atual bairro de Lagoa Nova. A

Federação chegou a iniciar as obras, mas o terreno acabou sendo transferido a prefeitura que deu andamento às obras. O novo estádio de Natal foi inaugurado em 1972, antes da conclusão das obras, e recebeu o nome de Estádio Humberto de Alencar Castelo Branco, em homenagem ao presidente do Brasil no período da ditadura militar, morto em 1967. O estádio foi apelidado pelos natalenses de Castelão (TORQUATO, 2009, INFORMAÇÃO ELETRÔNICA).

Figura 3 - O antigo Castelão foi inaugurado em 1972 sem a marquise superior



Fonte: Trindade (2014, informação eletrônica)

Segundo o próprio arquiteto que projetou o estádio, Moacyr Gomes da Costa, a capacidade do Castelão era de 38.000 espectadores, todavia, no mesmo ano o estádio registrou públicos acima dos 50.000 espectadores, demonstrando toda a empolgação dos torcedores natalenses com o novo estádio da cidade. A inauguração foi celebrada com dois jogos, o clássico rei da cidade, ABC x América, em seguida o jogo entre Vasco da Gama contra a Seleção Brasileira Olímpica, que terminou em um empate sem gols (TORQUATO, 2009, INFORMAÇÃO ELETRÔNICA).

No ano seguinte a inauguração do Castelão, o América conquista um dos troféus mais marcantes para os torcedores, a Taça Almir de Albuquerque

(TORQUATO, 2009, INFORMAÇÃO ELETRÔNICA). A competição foi um torneio promovido pela revista Placar e também integrado ao Campeonato Nacional de Clubes (precursor do campeonato brasileiro) de 1973, que premiou a equipe mais bem colocada entre 16 de estados das regiões Norte e Nordeste do país, eram elas: América-RN, Rio Negro-AM, Bahia, Nacional-AM, Sport, Vitória-BA, Tiradentes, Fortaleza, Santa Cruz-PE, Ceará, Remo-PA, CRB-AL, Sergipe, Moto Club, Náutico-PE e Paysandu. Foram 7 jogos, com 4 vitórias e 3 empates. Seis dos sete jogos foram disputados no Castelão, fator que favoreceu ao América ter terminado como campeão invicto (GALVÃO, 2015, INFORMAÇÃO ELETRÔNICA).

Figura 4 - Pôster da Revista Placar com o América RN campeão da Taça Almir 1973



Fonte: Galvão (2015, informação eletrônica)

Foi jogando no Castelão que o América ganhou a alcunha de “Orgulho do RN” por ter representado o Rio Grande do Norte por onze vezes seguidas (de 1973 a 1983) na principal divisão do futebol brasileiro da época. Dentre essas temporadas, destaque-se o ano de 1977 em que, além de ter sido campeão estadual, o América fez sua melhor campanha no campeonato nacional, naquele ano chamado Copa Brasil, terminando na décima sétima colocação entre 62 times. No Castelão, o América conquistou os campeonatos estaduais no anos 1974, 1975, 1977, foi tetracampeão de 1979 a 1982, e tricampeão de 1987 a 1989 (GALVÃO, 2015, INFORMAÇÃO ELETRÔNICA).

Em 1989 a federação local optou por alterar o nome do estádio homenageando o antigo presidente da Federação Norte-rio-grandense de Desportos, João Cláudio de Vasconcelos Machado. O estádio então passou a ser popularmente conhecido como Machadão (TORQUATO, 2009, INFORMAÇÃO ELETRÔNICA).

3.3 DÉCADA DE 1990, O AUGE

É unanimidade entre torcedores do América que nos anos noventa foi a década de conquistas mais importantes da história do clube. Assim como permanece até os dias de hoje, existia uma hegemonia de América e ABC no campeonato potiguar de futebol, das 99 edições disputadas até o momento, apenas 14 não foram vencidas pelos dois principais clubes da capital potiguar. No entanto, o rival do América se sobressai no número de títulos estaduais, atualmente são 55 conquistas do ABC contra 36 do América. No cenário nacional o América tem maior destaque, algo que teve início em 1996.

No ano de 1996, o América disputava a série B do campeonato brasileiro e nesta edição participaram vinte e cinco equipes, divididas em cinco grupos: A, B, C e D. As três equipes mais bem classificadas de cada grupo e o melhor 4º colocado dentre dos cinco de cada grupo passavam para a segunda fase (oitavas de final). As 16 equipes classificadas se enfrentavam em dois jogos, ida e volta, e os 8 vencedores passavam para as quartas de final, também em dois jogos de ida e volta. Os quatro vencedores disputaram um quadrangular final de 6 rodadas, jogando todos contra todos, ao fim, o campeão e vice campeão seriam promovidos para disputar a série A do campeonato brasileiro de 1997 (ERYS, 2018, INFORMAÇÃO ELETRÔNICA).

A competição teve início do dia 08 de agosto de 1996, o América estava no grupo B e seus adversários eram: Santa Cruz (PE), Náutico (PE), CRB (AL) e Central (PE). Na fase de grupos o América terminou em 2º colocado, se classificando para as oitavas de final com quatro vitórias, dois empates, duas derrotas e 14 pontos conquistados. Nas oitavas de final, enfrentou o Atlético Goianiense, vencendo pelo placar agregado de 4x2. Contra o Motoclub (MA), nas quartas de final, empatou sem gols no jogo de ida mas em Natal, goleou o time maranhense por 4x0. O alvirrubro natalense chegava ao quadrangular

final juntamente com Náutico, Londrina (PR) e União São João (SP) (ERYs, 2018, INFORMAÇÃO ELETRÔNICA).

Foram seis rodadas com jogos bem disputados e emocionantes, com destaque para a partida na penúltima rodada quando América e União São João se enfrentaram no Machadão, ambos brigando pelo título da série B 1996. O jogo estava empatado em 1x1 quando aos 47 minutos do segundo tempo, após cobrança de escanteio, o zagueiro Carlos Mota marca de cabeça um dos gols mais importantes para a história do América. Com o gol de Mota, o América foi para última rodada em segundo lugar no quadrangular final, dentro da zona de classificação para série A do ano seguinte (ERYs, 2018, INFORMAÇÃO ELETRÔNICA).

Na última rodada enfrentou a equipe do Londrina e mesmo derrotado, conseguiu se manter na segunda colocação devido ao empate entre União São João e Náutico. O América terminou a série B de 1996 como vice-campeão e pela primeira vez na história desde a implementação do sistema de acesso e rebaixamento, um clube do Rio Grande do Norte conquistava o acesso para disputar a primeira divisão do campeonato brasileiro de futebol (ERYs, 2018, INFORMAÇÃO ELETRÔNICA).

O América representava o Rio Grande Norte na principal competição de futebol nacional, jogando contra os melhores e mais tradicionais clubes do Brasil. O campeonato brasileiro série A de 1997 foi disputado por 26 equipes, ao fim do campeonato o América fez uma campanha satisfatória, terminando na 17ª colocação, permanecendo na primeira divisão para o ano seguinte. Segundo o site de estatísticas oGol, jogando em Natal o América fez valer a força de sua torcida e seu mando de campo, perdendo apenas uma partida no Machadão, para o São Paulo (OGOL, 1997, INFORMAÇÃO ELETRÔNICA).

Figura 5 - Equipe do América que conquistou o acesso à série A em 1996



Fonte: Memorial do Dragão (2008, informação eletrônica)

3.4 AMÉRICA, CAMPEÃO DO NORDESTE

Os torcedores americanos ainda viviam a grande alegria de ver seu time do coração disputando a primeira divisão do campeonato brasileiro, após uma campanha respeitável em 1997. Em fevereiro de 1998, o América iniciou sua participação na Copa do Nordeste, a competição era formada por 16 equipes, divididas em quatro grupos, A, B, C e D. Os dois melhores classificados de cada grupo avançam para uma segunda fase, formando dois novos grupo, chamados grupos E e F. Os primeiros colocados de cada grupo fariam a final em dois jogos (CRUZ, 2015, INFORMAÇÃO ELETRÔNICA).

A equipe natalense estava alocada no grupo C, junto a Botafogo (PB), Fluminense de Feira de Santana (BA) e Náutico (PE). Em seis jogos na primeira fase, o América venceu três, empatou um e perdeu dois, avançando para a segunda fase em 2º lugar do grupo C. Já na segunda fase, fez uma ótima campanha, ganhando cinco dos seis jogos, inclusive goleando seu maior rival por 4x0 em uma das partidas. Terminou como primeiro colocado do grupo F, se tornando finalista da Copa do Nordeste (CRUZ, 2015, INFORMAÇÃO ELETRÔNICA).

Seu adversário na final foi o Vitória (BA), o atual campeão e favorito para a conquista do bicampeonato. O primeiro jogo da final foi em Salvador e o

Vitória obteve a vantagem vencendo o jogo por 2x1, indo para o segundo jogo precisando apenas de um empate para sagrar-se novamente campeão. A desvantagem no placar não desmotivou a torcida americana que lotou o Machadão na noite com chuva do dia 4 de Junho, com mais de 24 mil espectadores segundo o site Globo Esporte (CRUZ, 2015, INFORMAÇÃO ELETRÔNICA).

Em uma partida bastante disputada, o América abriu 2x0 com gols de Biro Biro e Paulinho Kobayashi, o Vitória descontou no segundo, empatado no placar agregado levando a decisão para as penalidades. Minutos depois, Moura, meio campo do América, sofre pênalti, o zagueiro Carioca, jogador revelado nas categorias de base do América, marca o terceiro gol. A partir terminou 3x1 (4x3 no placar agregado), o América de Natal era o campeão do Nordeste, o título mais importante de toda sua história. Como campeão do Nordeste, o América garantiu vaga para disputar a Copa Conmebol (hoje chamada Copa Sul-Americana), até hoje o único time do Rio Grande Norte a conquistar tal feito (CRUZ, 2015, INFORMAÇÃO ELETRÔNICA).

Figura 6 - Elenco do América de Natal na final da Copa do Nordeste de 1998 no estádio Machadão, em Natal RN



Fonte: Cruz (2015, informação eletrônica)

Apresentados os caminhos do América desde o seu surgimento até o seu melhor desempenho, na década de 1990, no próximo capítulo vamos fazer uma retrospectiva da participação do time no Campeonato Brasileiro, o Brasileirão até chegar à decadência do time. Além disso, vamos apresentar as estratégias do América em relação a sua torcida.

4 PARTICIPAÇÕES DO AMÉRICA NO CAMPEONATO BRASILEIRO

O Campeonato Brasileiro de Futebol profissional, popularmente conhecido como Brasileirão, é a principal competição esportiva do Brasil, organizado pela Confederação Brasileira de Futebol. Ao todo, 128 clubes de todos os estados da federação participam nas quatro divisões do campeonato, chamadas de séries A, B, C e D. Antes de ser estabelecido o nome oficial, as formas de disputa e organização atuais, o Brasileirão sofreu diversas alterações devido principalmente à questões políticas e conflitos judiciais. Em 2010 a CBF passou a reconhecer competições nacionais entre clube disputadas entre 1959 e 1970 como campeonatos brasileiros. A tabela 1 detalha os anos e os respectivos nomes das competições reconhecidas pela CBF (QUADRO..., s/a, INFORMAÇÃO ELETRÔNICA).

Tabela 1 - Competições nacionais reconhecidas pela CBF como campeonatos brasileiros

ANO	NOME
1959-1968	Taça Brasil
1967 ² -1970	Torneio Roberto Gomes Pedrosa (<i>Robertão</i> , ou Taça de Prata)
1971-1974	Campeonato Nacional de Clube
1975-1980	Copa Brasil
1981-1983	Taça de Ouro
1984	Copa Brasil
1985	Taça de Ouro
1986	Copa Brasil
1987-1988	Copa União
1989	Campeonato Brasileiro

²Em 1968 foram realizados dois torneios que são reconhecidos pela CBF como campeonatos brasileiro, a Taça Brasil e o Robertão.

1990-1999	Campeonato Brasileiro Série A
2000	Copa João Havelange (Módulo Azul)
2001	Campeonato Brasileiro
A partir de 2002	Campeonato Brasileiro Série A

Fonte: Quadro de Medalhas (s/a, informação eletrônica)

O formato atual de disputa em pontos corridos série A foi implantado pela primeira vez em 2003, 20 equipes em grupo único jogam todos contra todos, em dois turnos alternando os mandos de campos, ao final das 38 rodadas o clube que somar mais pontos será declarado campeão. No sistema de pontuação vitórias somam 3 pontos, empate somam 1 ponto e derrotas não somam pontos. Os 4 primeiros colocados ganham vaga para disputar a Copa Libertadores no ano seguinte e os 4 últimos são rebaixados para a série B (QUADRO..., s/a, INFORMAÇÃO ELETRÔNICA).

Em 1971 foi disputada pela primeira vez uma segunda divisão do campeonato nacional de clubes, contudo, também foi bastante despadronizada até 2002. Em alguns anos sequer chegou a ser disputada, pois não houve divisões, em outros os melhores colocados não foram promovidos para a divisão superior. A partir de 2006 o formato de disputa da série B se tornou semelhante ao da série A, os 4 são promovidos à série A e os 4 últimos rebaixados para a série C. Em 1981 foi criada uma terceira divisão e assim como as demais, não havia padronização do regulamento, havendo diversas alterações dos nomes oficiais, formatos de disputas e número de participantes. Atualmente a série C é disputada por 20 equipes divididas em dois grupos, os quatro melhores colocados de cada grupo, avançam para os confrontos eliminatórios (quartas de final, semifinais e final), as 4 equipes que chegarem até as semifinais serão promovidas à série B do ano seguinte. As tabelas 2 e 3 mostram as competições que são reconhecidas pela CBF como equivalentes às séries B e C (QUADRO..., s/a, INFORMAÇÃO ELETRÔNICA).

Tabela 2 - Competições nacionais reconhecidas pela CBF como segunda divisão.

ANOS	NOME
1971-1972	Campeonato Nacional de Clubes da Primeira Divisão
1980-1983	Taça de Prata
1984	Taça CBF
1985	Taça de Prata
1987	Taça Roberto Gomes Pedrosa - Módulo Amarelo
1988-1989	Divisão Especial
1990-1991	Segunda Divisão
1992	Divisão Classificatória
1994-1999	Campeonato Brasileiro Série B
2000	Copa João Havelange - Módulo Amarelo
2001	Segunda Divisão
A partir de 2002	Campeonato Brasileiro Série B

Fonte: Quadro de Medalhas (s/a, informação eletrônica)

Tabela 3 - Competições nacionais reconhecidas pela CBF como terceira divisão

ANOS	NOME
1981	Taça de Bronze
1987	Módulo Branco e Módulo Azul
1988	Divisão de Acesso
1990	Terceira Divisão

1992	Campeonato Brasileiro Série B ³
1994	Campeonato Brasileiro Série C
1996-1999	Campeonato Brasileiro Série C
2000	Copa João Havelange - Módulo Verde e Módulo Branco
2001	Terceira Divisão
A partir de 2002	Campeonato Brasileiro Série C

Fonte: Quadro de Medalhas (s/a, informação eletrônica)

Em 2008 a CBF anunciou que a partir do ano seguinte haveria mais uma divisão do campeonato brasileiro, a série D. Inicialmente, a competição contava com 40 equipes participantes, a partir de 2016 passou ter 68. Os critérios atuais de participação são: 4 equipes rebaixadas da série C, 4 representantes do estado cuja a federação seja a mais bem colocada no Ranking Nacional das Federações (RNF); Os estados entre 2º ao 9º no RNF tem direito a 3 representantes cada; Os demais estados tem direito a 2 representantes. Os representantes de cada estado geralmente são os clubes mais bem colocados nos campeonatos estaduais que não estejam participando das séries A, B ou C (QUADRO..., s/a, INFORMAÇÃO ELETRÔNICA).

O América inicia suas participações nas competições nacionais apenas em 1968 na Taça Brasil, pois os campeões estaduais eram os representantes dos estados nos campeonatos nacionais, e de 1959 e 1966 o clube ficou licenciado da federação do estado para a construção da sua sede social, no bairro do Tirol. Como campeão estadual de 1967 representou o RN na Taça Brasil de 1968, sendo esta sua primeira participação em uma competição nacional de clubes organizada pela CBF. O alvirrubro potiguar só voltou a participar de competições nacionais em 1972, estando presente em todas as edições posteriores. A tabela 4 mostra as participações do América de Natal nas

³ Em 1992 a terceira divisão recebeu o nome de 'série B' enquanto a segunda divisão era chamada 'divisão classificatória'.

competições nacionais reconhecidas pela CBF como campeonato brasileiro de futebol.

Tabela 4 - Temporadas do América Futebol Clube (RN) em competições nacionais

COMPETIÇÃO	Nº DE PARTICIPAÇÕES	ANOS
Série A (ou equivalentes)	15	1968; 1973-1983; 1997-1998; 2007
Série B (ou equivalentes)	24	1972; 1982; 1984-1987; 1989; 1991; 1994-1996; 1999-2004; 2006; 2008-2010; 2012-2014
Série C (ou equivalentes)	7	1988; 1990; 1993; 2005; 2011; 2015-2016
Série D	3	2017-2019

Fonte: Wikipédia (s/a, informação eletrônica)

4.1 HISTÓRIA RECENTE

Mesmo com a conquista marcante da Copa do Nordeste, o ano de 1998 terminou frustrante para os torcedores americanos pois o time não foi bem no campeonato brasileiro e acabou rebaixado de volta para série B de 1999. Na Copa Conmebol, não passou do primeiro confronto contra o Sampaio Corrêa (MA), sendo eliminado precocemente. Em 2000 disputou a Copa João Havelange⁴ no grupo B do módulo amarelo, sem destaque. De 2001 a 2004 esteve na série B. Em 2005 jogando a terceira divisão, iniciou uma arrancada impressionante que culminou no segundo acesso do clube à série A, em 2006 (AMERICA..., s/a, INFORMAÇÃO ELETRÔNICA). Os bons desempenhos do time nas temporadas de 2005 e 2006 atraíram consideravelmente mais torcedores americanos ao estádio em comparação com anos em que o clube

⁴ A CBF foi impedida pela justiça que realizar competições então a responsabilidade passou para os Grupos dos 13. O campeonato brasileiro de 2000 recebeu o nome de Copa João Havelange e as divisões eram chamadas de módulos azul, verde, amarelo e branco (CBF, 2019, INFORMAÇÃO ELETRÔNICA).

fez campanhas medíocres ou ruins, conforme Trindade (2009, INFORMAÇÃO ELETRÔNICA).

Tabela 5 - Média de público do América RN no campeonato brasileiro (2002 a 2009).

ANO	MÉDIA DE PÚBLICO	SÉRIE
2002	2.678	B
2003	6.038	B
2004	3.632	B
2005	10.675	C
2006	10.715	B
2007	9.370	A
2008	5.498	B
2009	6.462	B

Fonte: Trindade (2009, informação eletrônica)

Na série C de 2005, o alvirrubro natalense terminou como vice-campeão retornando para a série B no ano seguinte. Em 2006 a série B passou a ser disputada por 20 equipes em grupo único, todos contra todos, turno e retorno em 38 rodadas. Formato usado atualmente em que os quatro primeiros são promovidos à série A e os quatro últimos, rebaixados para a série C. De acordo com o site oGol, na série B de 2006 o América obteve 19 vitórias, 4 empates e 15 derrotas, terminando a competição em 4º lugar com 61 pontos, conquistando seu segundo acesso para a série A do campeonato brasileiro (OGOL, 2006, INFORMAÇÃO ELETRÔNICA).

Na última rodada, o América precisava apenas de um empate para se manter na quarta colocação e garantir seu retorno à série A, o adversário era o Atlético MG, já campeão brasileiro da série B por antecipação, em Belo Horizonte. O jogo foi transmitido para todo o Brasil pela TV Globo, o estádio Mineirão estava lotado com mais de 74 mil torcedores, celebrando o título e retorno o time mineiro à primeira divisão. O Atlético MG fez 2x0, mas o América conseguiu empatar e administrar o resultado até o fim da partida, festejando

junto com os mineiros a volta à primeira divisão (UOL, 2006, INFORMAÇÃO ELETRÔNICA).

Na volta a Natal, jogadores e comissão técnica foram recebidos por um grande número de torcedores no aeroporto Augusto Severo e seguiram em carreata junto a um trio elétrico até o centro da cidade, em grande festa. Foram anos especiais para a torcida, o América apresentava bom futebol, obtendo grandes conquistas (TRINDADE, 2009, INFORMAÇÃO ELETRÔNICA).

Haviam ídolos do clube em atividade como o goleiro Fabiano “Paredão”, o zagueiro e capitão Robson, o atacante Paulinho Kobayashi e o aquele considerado como maior ídolo da história do América, o meia Souza. Jogador nascido no interior do estado e revelado pelo América, que saiu jovem e fez carreira em grandes clubes do Brasil, chegando a ser convocado para defender a seleção brasileira. Souza retornou ao América em 2006 jogando sem remuneração, gesto que o fez receber carinho e muito respeito da torcida americana. Foi o principal jogador do elenco que conseguiu o acesso em 2006, razões pelas quais passou a ser considerado grande ídolo do América Futebol Clube (GLOBOESPORTE.COM, 2018, INFORMAÇÃO ELETRÔNICA).

Figura 7 - Torcida do América celebrando o ascensão à série A em 2006



Fonte: Vermelho de Paixão (2011, informação eletrônica)

Em razão da participação do América na série A, a Prefeitura do Natal, em parceria com o governo federal, decidiu realizar reformas no estádio Machadão. Visto que como o time receberia o melhores clubes do Brasil, seria necessário melhoria da infraestrutura do estádio pois havia expectativa de públicos maiores e o estádio apresentava problemas na sua infraestrutura. As tradicionais gerais foram extintas, sendo unificadas ao anel inferior do estádio. Nos primeiros jogos do América na série A, a torcida estava bastante empolgada comparecendo em grande número ao Machadão (PREFEITURA..., 2007).

Tabela 6 - Público presente do América RN nos 5 primeiro jogos em Natal na série A 2007

RODADA	PARTIDA	PÚBLICO
1ª	América 0x1 Vasco	26.469
3ª	América 0x1 Figueirense	11.107
5ª	América 1x2 Corinthians	17.336
7ª	América 0x1 Fluminense	10.061

Fonte: Oeste News (2010)

Contudo, a empolgação da torcida foi se transformando em frustração, pois o time não estava conseguindo vencer jogos e o nível futebol apresentado era evidentemente muito abaixo dos adversários. A falta de recursos financeiros e de planejamento da diretoria refletiu nos resultados da equipe em campo. Em toda a temporada de 2007, o América contratou 84 jogadores e teve 4 técnicos diferentes. Após as 38 rodadas, o clube potiguar tinha somente 4 vitórias, 5 empates e 29 derrotas, somando apenas 17 pontos em todo o campeonato e acabou matematicamente rebaixado para série B já na 31ª rodada (GONÇALVES, 2007, INFORMAÇÃO ELETRÔNICA).

Foi a pior campanha da história da série A no campeonato brasileiro na era dos pontos corridos (a partir de 2003). Nos anos seguintes de 2008 e 2009,

também não teve boas participações na série B, escapando do rebaixamento para a série C nas últimas rodadas, no entanto, em 2010 acabou rebaixado novamente para série C, terminando na última colocação.

Este período marcou o fim da era do estádio João Machado. Em 2007 o Brasil foi anunciado pela FIFA como país sede da Copa do Mundo de 2014, e Natal lançou sua candidatura como cidade-sede de jogos do mundial. Em maio 2009 a FIFA divulgou as 12 cidades sede jogos da copa do mundo de 2014 e Natal estava entre as selecionadas. Para atender as demandas da entidade máxima do futebol, nas áreas ocupadas pelo Estádio João Machado, pelo ginásio Humberto Neves e pelo kartódromo dariam lugar a um novo estádio, mais moderno e com ampla infraestrutura para receber um grande número de espectadores (FOLHA DA VITÓRIA, 2014, INFORMAÇÃO ELETRÔNICA).

Mesmo enfrentando dificuldades na viabilização da construção do novo estádio, governo do Rio Grande do Norte fechou uma licitação em março de 2011, assim, o estádio João Cláudio de Vasconcelos Machado, juntamente com o ginásio Humberto Neves, seriam demolidos para a construção do novo estádio, chamado Arena das Dunas (ARENA DAS DUNAS, s/a, INFORMAÇÃO ELETRÔNICA). A última partida do América no estádio que foi “sua casa” por 39 anos foi no dia 23 de abril de 2011, em jogo válido pela 8ª rodada pelo 2º turno do campeonato estadual contra o Potiguar de Mossoró. O placar do jogo foi 5x0 para o América (TATUTOM SPORTS, 2011, INFORMAÇÃO ELETRÔNICA). Poucos dias depois o estádio foi fechado para iniciar o processo de demolição.

Como não havia outro estádio na cidade com capacidade suficiente para receber jogos oficiais do América, o time de Natal passou a mandar seus jogos no estádio José Nazareno do Nascimento, o Nazarenão, que fica no município de Goianinha, a 54 km de Natal. Lá o América fez uma boa campanha na série C, retornando à série B para 2012. O clube teve bons desempenhos jogando no Nazarenão, no período em que mandou seus jogos lá, voltou a ser campeão do estado em 2012 após 8 anos sem título, sob comando do treinador Roberto Fernandes. Na série B do mesmo ano, fez uma campanha mediana, mas satisfatória, terminando na 9ª posição (GLOBOESPORTE.COM., 2012, INFORMAÇÃO ELETRÔNICA).

Contudo, a baixa capacidade se tornou um problema, pois a CBF exigia que estádios da série B do Campeonato Brasileiro tivessem capacidade para no mínimo 10.000 pessoas e o estádio de Goianinha possuía capacidade para apenas 5.200 pessoas. Em jogos de maior importância, instalavam-se arquibancadas móveis, aumentando a capacidade do estádio para 6.200 lugares. Apesar da simpatia do torcedor pelo estádio devido aos bons resultados lá conquistados, a baixa capacidade e a distância da capital se tornaram inviabilidades que fizeram o América mudar novamente de estádio (NOMINUTO, 2012, INFORMAÇÃO ELETRÔNICA). Segundo dados do site Sr.Gool (2012, INFORMAÇÃO ELETRÔNICA), no ano de 2012 o clube teve um média total de público de 1.553 espectadores. Os últimos jogos do América no Nazarenão como mandante foram no campeonato estadual de 2013, com exceção da final.

A partir de maio de 2013, o América passou mandar suas partidas oficiais no estádio Manoel Dantas Baretto, conhecido como Barrettão, localizado no município de Ceará-Mirim. O estádio tem capacidade para 10 mil pessoas e ficava mais próximo da capital, dessa forma havia expectativa de melhores públicos e renda (ERYs, 2013, INFORMAÇÃO ELETRÔNICA). No entanto, os resultados do time em campo não foram positivos, já na inauguração do Barrettão, o América sofre uma goleada de 6x2 do Atlético-PR em partida válida pela Copa do Brasil, em que acabou eliminado. Também acabou perdendo a final do campeonato estadual de 2013 nas penalidades para o Potiguar de Mossoró. No campeonato brasileiro, mais uma vez fez uma campanha sem destaque, terminando a série de 2013 na 13ª posição (GLOBOESPORTE.COM. 2018, INFORMAÇÃO ELETRÔNICA).

O Barrettão não conquistou a simpatia da torcida americana como o estádio de Goianinha devido aos resultados negativos e campanha mediana. A expectativa de aumento na média de público não foi correspondida, em 2013 a média de público total foi de apenas 1.679, muito similar a do ano anterior quando jogava em um estádio menor e mais distante da capital (GLOBOESPORTE.COM. 2018, INFORMAÇÃO ELETRÔNICA).

4.2 ARENA DAS DUNAS E INÍCIO DA DECADÊNCIA

O estádio que sediará quatro jogos da Copa do Mundo FIFA de 2014 em Natal foi inaugurado em 22 de janeiro de 2014. É considerada como uma das arenas mais belas do Brasil devido à sua arquitetura inspirada nas dunas do litoral norte-rio-grandense. O complexo do estádio fica localizado no bairro de Lagoa Nova, no espaço que antes havia o ginásio Humberto Neves e o estádio João Machado. A Arena possui capacidade de comportar até 31.375 espectadores (ARENA... s/a, INFORMAÇÃO ELETRÔNICA).

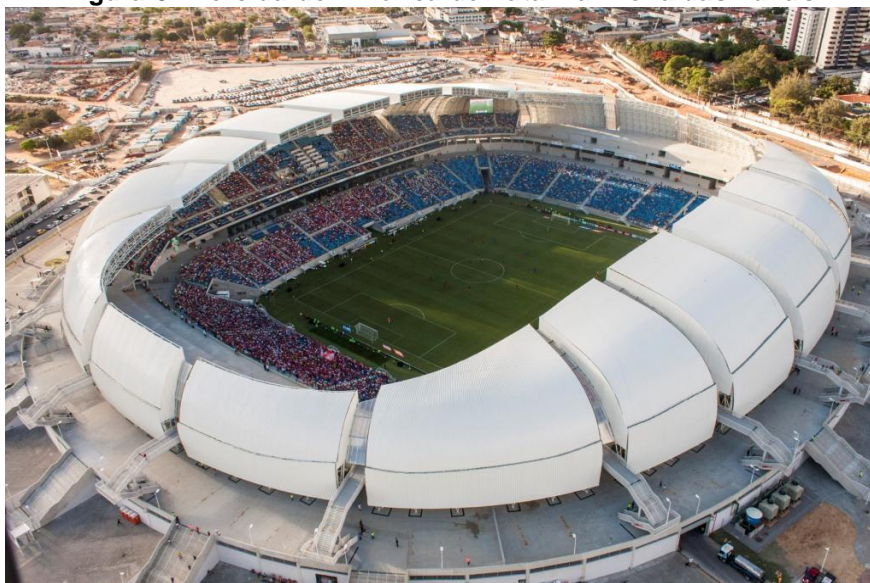
A primeira partida oficial de futebol aconteceu no dia 26 de janeiro entre América x Confiança (SE), em partida válida pela Copa do Nordeste de 2014. O placar foi de 2x0 para o América, sendo o primeiro gol da Arena das Dunas marcado pelo defensor americano Adalberto. O início de 2014 foi empolgante para a torcida. O time voltava a mandar jogos em Natal após 3 anos e montou um elenco forte, obtendo bons resultados, na Copa do Nordeste. Chegou até a semifinal sendo eliminado pelo Ceará, terminando a competição como terceiro colocado na classificação geral. No campeonato potiguar, sagrou-se campeão, sendo o primeiro clube a conquistar um título na Arena das Dunas (OGOL, 2014a, INFORMAÇÃO ELETRÔNICA).

Na Copa do Brasil, o América fez uma campanha memorável, chegando pela primeira em sua história até as quartas-de-final, quando acabou eliminado pelo Flamengo (RJ). Antes disso, foi protagonista de uma das viradas mais marcantes de toda a história da competição, quando terceira fase o América enfrentou um forte adversário, o Fluminense (RJ) em confronto eliminatório. Na partida de ida, a equipe carioca venceu o América com facilidade por 3x0, na Arena das Dunas. Toda a imprensa e torcida esperava que o Fluminense não tivesse nenhuma dificuldade em manter sua vantagem e avançar para próxima fase. Mas o Alvirrubro Potiguar conseguiu uma virada épica, vencendo o tricolor carioca por 5x2 em pleno Maracanã, avançando para as oitavas de final pelo critério de desempate “gol fora de casa” (OGOL, 2014b, INFORMAÇÃO ELETRÔNICA).

Nas oitavas, eliminou outra grande equipe do Brasil que disputava a série A, o Atlético Paranaense, vencendo por 3x0 em Natal e mesmo com derrota por 2x0 em Curitiba, avançou pelo placar agregado. Nas quartas de final, perdeu ambos os confrontos de ida e volta para o Flamengo por 1x0,

sendo eliminado, mas recebendo grande destaque nas mídias (OGOL, 2014b, INFORMAÇÃO ELETRÔNICA). Os resultados do time em campo geraram retorno nas arquibancadas, segundo dados do site Sr. Gool, na Copa do Nordeste de 2014 a média de público do América de Natal foi de 7.610, com renda líquida em toda competição de R\$ 303.011,36. Na Copa do Brasil de 2014, média de público de 13.922 e renda líquida total na competição de R\$ 1.694.589,85 (SR.GOOOL, 2014a, INFORMAÇÃO ELETRÔNICA).

Figura 8 - Torcida do América de Natal na Arena das Dunas



Fonte: Wikipédia (2014, informação eletrônica)

Contudo, sendo o futebol um esporte imprevisível, os bons resultados das outras competições não acontecessem também no Campeonato Brasileiro. Nas 38 rodadas da série B de 2014, o América obteve 14 vitórias, 7 empates e 19 derrotas, chegando a amargar dez partidas sem vitórias (SR. GOOOL, 2014b, INFORMAÇÃO ELETRÔNICA).

Uma temporada que começou muito boa terminava de maneira trágica com mais um rebaixamento para a série C, foi início de uma grande crise que perdura no clube até o tempo presente. Em 2015, celebrando seu centenário de fundação, o América conquistou o título estadual vencendo o maior rival em seu estádio, recebendo simbolicamente o título de campeão do centenário.

A torcida continuava esperançosa na força da equipe no campeonato brasileiro em busca do seu retorno à série B. No entanto houve mais

frustrações, pois o América não conseguiu nem mesmo avançar para os confrontos eliminatórios, os chamados “mata-mata”, permanecendo na série C para o ano seguinte. Pela primeira vez em sua história o América permaneceria na terceira divisão do campeonato brasileiro por dois anos consecutivos. Além disso, a situação financeira do clube piorava cada vez mais.

4.3 SÉRIE D: O “FUNDO DO POÇO”

O América vivia uma situação atípica disputando uma série C pelo segundo ano consecutivo. Como se pode observar na Tabela 4, a torcida americana estava acostumada a ver o América na segunda divisão do Brasileirão. Por isso, havia um sentimento de obrigação para retornar à série B, sendo uma das favoritas até mesmo ao título da série C. Todavia, 2016 não começou bem. Apesar de ter vencido o primeiro turno, o América acabou derrotado na final do estadual, sendo goleado pelo maior rival, o ABC (4 x 0) (GLOBOESPORTE.COM. 2016, INFORMAÇÃO ELETRÔNICA).

Na Copa do Nordeste caiu na fase de grupos. Na Série C fez uma campanha com apenas 5 vitórias, 5 empates e 8 derrotas. Faltando três rodadas para o fim da fase de grupos, o América estava entre os times com risco de rebaixamento, na 16ª e na 17ª rodadas enfrentaria as equipes do Cuiabá (MT) e Confiança (SE) respectivamente, ambos jogos em Natal, em que precisava apenas somar pontos. Contra o Cuiabá, a torcida compareceu ao estádio em apoio ao time, o jogo teve um público de mais de 12 mil espectadores mas os potiguares acabaram derrotados por 0x1. Contra o Confiança, se complicou ainda mais com outra derrota em casa por 0x2. Na última rodada precisava vencer o Remo (PA) em Belém, a partida terminou com empate sem gols e devido a vitória do Confiança, que também lutava contra o rebaixamento, sobre o Salgueiro (PE), o América terminou na penúltima colocação do grupo A, rebaixado para a série D do campeonato brasileiro (FONTE, 2016, INFORMAÇÃO ELETRÔNICA).

O América passava por uma situação financeira péssima. Após muitas críticas e protestos de grupos de torcedores, o então presidente Beto Santos, juntamente com seu vice-presidente José Medeiros, eleitos em 2015, renunciaram à presidência do clube em 31 de março de 2017, passando o

comando do clube para o conselho deliberativo (LEAL, 2018, INFORMAÇÃO ELETRÔNICA).

No campeonato estadual não chegou sequer a disputar a final e só teve a vaga garantida na série D de 2018 porque os finalistas Globo e ABC já disputavam séries C e B respectivamente. Mesmo diante da situação mais difícil vivida pelo clube, a torcida demonstrou fidelidade comparecendo em bons números os jogos na série D. Na fase de grupo se classificou para para o mata-mata com facilidade, sendo o primeiro do grupo 9 com 5 vitórias em 6 jogos. Nas oitavas de final, venceu os dois confrontos contra o Ceilândia (DF) passando para as quartas de final onde enfrentaria a Juazeirense (BA). Bastava avançar para as semifinais que o América já garantia o acesso de volta à série C, no entanto, no primeiro confronto perdeu por 3x0 e precisava vencer por 4x0 para avançar para as semifinais (vencendo por 3x0, o confronto iria ser decidido nas penalidades) (GLOBOESPORTE.COM. 2018, INFORMAÇÃO ELETRÔNICA).

Mesmo em grande desvantagem, a torcida mais uma vez compareceu a Arena das Dunas em mais de 12 mil espectadores, na esperança de que o clube pudesse protagonizar outra virada épica como contra o Fluminense na Copa do Brasil de 2014. A partida terminou empatada em 1x1 e o América estava eliminado do campeonato brasileiro série D (GLOBOESPORTE.COM. 2018, INFORMAÇÃO ELETRÔNICA).

Novamente a torcida do América fazia a sua parte apoiando o time no campeonato brasileiro e era frustrada com fracassos. Os três maiores públicos da edição foram do alvirrubro potiguar: 9.250 em América x Aparecidense (2ª fase); 9.984 em América x Ceilândia; 12.799 em América x Juazeirense. Na série D de 2017 o América obteve a melhor média de público do campeonato com 8.094 (GLOBOESPORTE.COM. 2018, INFORMAÇÃO ELETRÔNICA).

Como foi eliminado no mês de agosto, o clube ficou sem calendário pelo resto do ano, voltando a jogar competições oficiais apenas no campeonato estadual de 2018. Algo que foi bastante prejudicial financeiramente, pois o clube não captava renda, a procura por adesão ao programa de sócio torcedor se torna praticamente nula devido à inatividade do futebol profissional, e o clube tinha funcionários e atletas com contrato em vigor que precisavam ser pagos.

Em 2018, o América também não teve sucesso no campeonato estadual, não vencendo nenhum turno. Só conseguiu vaga para disputar a série D por terminar em segundo lugar. Disputou vaga para a Copa do Nordeste contra o Confiança (SE), o confronto de ida em Sergipe ficou no 3x3, mas em Natal, o América acabou perdendo em Natal por 0x2. O confronto ficou marcado por protestos da torcida contra os altos preços dos ingressos na Arena da Dunas e pedindo mais democracia nas decisões administrativas do clube. Torcedores exibiam faixas com frases como 'O futebol é do povo' e 'Sem voto, sem sócio' e fizeram campanhas de público zero (LEAL, 2018, INFORMAÇÃO ELETRÔNICA).

No Brasileirão, mesmo se classificando como primeiro do grupo, o futebol do time não convencia e recebia críticas da torcida e da imprensa local. As deficiências e fragilidade do elenco vieram à tona com a eliminação já no primeiro confronto eliminatório da segunda fase contra o Imperatriz (MA). No primeiro jogo da ida, no Maranhão, o América perdeu por 1x0, na volta em Natal, empatou o placar agregado vencendo por 2x1 levando a decisões para as penalidades, perdendo por 4x5. Novamente eliminado, contabilizando mais um fracasso e prolongando a crise no clube. A torcida finalmente começou a demonstrar desânimo já que a crise parecia não ter fim. A média de público na série D de 2018 decaiu para 3.427, consideravelmente menor em comparação com os anos anteriores (GLOBOESPORTE.COM. 2018, INFORMAÇÃO ELETRÔNICA).

Apesar das grandes limitações financeiras, o clube conseguiu montar um elenco visivelmente melhor que os anos anteriores. Os resultados vieram no estadual, com a conquista do segundo turno e uma vitória sobre o ABC na Arena das Dunas. A partida estava empatada em 1x1 e se encaminhava para decisão nos pênaltis, nos acréscimos o zagueiro Alison Ferreira, marca o gol do título. A torcida comemorou fervorosamente, invadindo o gramado após o apito final (OP9, 2019, INFORMAÇÃO ELETRÔNICA).

O título estadual e o início avassalador na série D 2019 atraíram novamente a torcida ao estádio. O time aplicou goleadas expressivas por 6x0 contra o Serrano (PB) já na primeira partida, 4x0 contra o América de Pernambuco na segunda rodada e novamente sobre o Serrano por 8x0, passando para a fase de mata-mata com facilidade. Na segunda fase enfrentou

novamente o homônimo de Pernambuco, vencendo ambos os confrontos. Nas oitavas de finais, enfrentou a Jacuipense (BA) (SR.GOOOL, 2019, INFORMAÇÃO ELETRÔNICA).

O primeiro confronto em Natal terminou em empate sem gols, com o ataque americano mostrando grande queda rendimento, perdendo várias chances claras de gol. A decisão na Bahia foi novamente um jogo equilibrado, mas que terminou com uma amarga derrota por 1x0, com um gol contra. O América estava novamente eliminado e a torcida mais uma vez frustrada (SR.GOOOL, 2019, INFORMAÇÃO ELETRÔNICA).

Tabela 7- Média de público do América no Campeonato Brasileiro - série D

ANO	MÉDIA DE PÚBLICO	MAIOR PÚBLICO DO ANO
2017	8.094	12.799 - América x Juazeirense (QF)
2018	3.427	7.671 - América x Imperatriz (2F)
2019	8.199	13.529 - América x Jacuipense (OF)

Fonte: Sr. Gool (2019, informação eletrônica).

4.4 ARENA AMÉRICA

Assim como qualquer organização que envolva vínculos empregatícios (atletas, comissão técnica, dirigentes e funcionários), consumidores (neste caso, os torcedores) e imagem pública, o América Futebol Clube (RN), além de um clube poliesportivo, também é uma marca. Como tal, faz do uso de estratégias de marketing, com o objetivo principal de gerar receita para arcar com todos os seus custos, e se possível até mesmo gerar lucro.

Há diversas finalidades no uso do marketing aplicado ao esporte, além própria geração de receita como já mencionado, a valorização a imagem do clube, fidelização de seus torcedores, captação de novos torcedores, funcionários ou atletas de base, são os casos mais frequentes observados. O conceito de ser torcedor já pressupõe por si só, fidelidade, lealdade, paixão por um clube. Tais características possibilita que os clubes desenvolvam estratégias para um público consumidor amplamente engajado, leais,

apaixonados e mais importante (em ponto de vista mercadológico), completamente avessos à concorrência: os clubes rivais.

No cenário atual, clubes de futebol se sustentam principalmente a partir de negociações de vendas de atletas, bilheteria das partidas, cotas de transmissão da televisão, patrocínios e por programas de sócio torcedor. São estes fatores que determinam o poder econômico de clube de futebol, e é o poder econômico que pode trazer bons resultados.

O América Futebol Clube, como clube tradicional e centenário, tem uma torcida apaixonada, capaz de lotar estádios grandes, como o antigo Machadão e a Arena das Dunas, contudo, mesmo assim o clube enfrenta uma grave crise financeira que acaba refletindo no futebol e conseqüentemente tem efeitos no relacionamento da torcida com o clube. Como pode ser observado na tabela 5 e tabela 7, as melhores médias de público em campeonatos brasileiros estão diretamente relacionadas com o desempenho da equipe na temporada.

Entretanto, no caso do América, precisa-se levar em consideração que durante os anos de 2011 até o início de 2014, o clube ficou impossibilitado de mandar partidas em Natal devido à demolição do estádio João Machado para a construção de um novo complexo para a Copa do Mundo de 2014.

A solução foi mandar jogos em municípios próximos, Goianinha e posteriormente, Ceará-Mirim. Mesmo fazendo campanhas, não era possível lucrar tanto como bilheterias devido à capacidade dos estádios e a distância que os torcedores tinham que percorrer para ver os jogos. O retorno à Natal em 2014, em um estádio moderno, bem localizado e com grande capacidade foi uma grande oportunidade para que a diretoria convocasse a torcida a comparecer em massa aos jogos do América e realizasse campanhas para impulsionar adesões aos programas de sócio torcedor.

Com uma torcida mais participativa, mais patrocinadores são atraídos e uma receita maior viabiliza a montagem de um elenco forte, mais competitivo e com melhores resultados nas competições, que é o objetivo principal de qualquer clube de futebol. Contudo, como já relatado anteriormente, os resultados do América no campeonato brasileiro de 2014 contrariaram as expectativas.

Em paralelo, existe uma grande rivalidade entre os dois principais times do Rio Grande do Norte sobre quem tem a maior torcida. No imaginário

popular, a torcida maior era do ABC, devido ao contexto de sua fundação como “time da massa”, e o América como o “time das elites”.

Segundo uma pesquisa realizada em 2015 pelo Instituto Smart Pesquisa de Opinião (FNF, 2016), encomendada pela Federação Norte-rio-grandense de Futebol, a torcida do América compreende 28.82% de torcedores no RN, abaixo apenas da torcida do ABC, que detém 30%.. Mesmo que a torcida do ABC seja maior, ao comparar as médias de público anuais de 2014 a 2019 das duas torcidas, o América tem superioridade em todos o anos, até mesmo em anos em que o resultados do ABC foram melhores que os do América. Mesmo diante de todas as adversidades, a torcida do América se demonstra fiel.

Tabela 8 - Médias de públicos anuais: América x ABC (2014 - 2019)

ANO	AMÉRICA	ABC
2014	6.892	5.392
2015	4.172	3.223
2016	4.362	4.354
2017	4.271	3.534
2018	2.875	2.787
2019	6.982	4.135

Fonte: Sr. Gool (2019, informação eletrônica).

Desde que caiu para série D, o América tem sido sempre um dos times com melhor média de público da competição. Em 2017, foi o clube a melhor média de público da série D, mesmo tendo sido eliminado na quartas de final e não conseguindo o acesso. Em 2018, mesmo com uma campanha insatisfatória, o clube teve a quinta melhor média de público dentre o 68 participantes. Em 2019, só teve média de público menor que o Manaus, time que foi vice-campeão da série D 2019 (SR. GOOOL. 2019, INFORMAÇÃO ELETRÔNICA). Como a série D é composta em sua maioria por clubes de menor expressão, as das maiores dificuldades estão nas distâncias percorridas pela equipes e estádios com estrutura precária com gramados de má qualidade, o que dificulta prática do esporte. Nesse quesito, o América tem o

privilégio de contar com uma excelente estrutura de uma arena de copa do mundo e com uma torcida numerosa apoiando o time.

Em 2013, a então diretoria deu início às obras para a construção do estádio próprio do América, dentro do terreno do Centro de Treinamento Abílio Medeiros, em Parnamirim, na região metropolitana de Natal. A previsão de inauguração inicial era em 2015, mas depois de diversos atrasos e apenas com um módulo da arquibancada concluído, o estádio só foi inaugurado no dia 22 de setembro de 2019 em uma partida amistosa entre Amigos de Souza contra Amigos de Moura, equipes compostas por ex-jogadores que tiveram passagens vitoriosas pelo América (PEREIRA, 2019, INFORMAÇÃO ELETRÔNICA).

O estádio recebeu o nome oficial de Estádio Desembargador José Vasconcelos da Rocha, ex-presidente do clube e atual presidente do conselho deliberativo. Como o clube não tem condições de custear a obra por conta própria, grande maioria dos recursos utilizados para a construção do estádio veio dos próprios torcedores a partir da doação de sacos de cimento e da venda de camarotes. No projeto, ao final das obras, o estádio terá capacidade para 25.000 espectadores, atualmente, com apenas um módulo concluído, o estádio comporta 5.000 pessoas (PEREIRA, 2019, INFORMAÇÃO ELETRÔNICA).

A construção de um estádio próprio será de grande importância para o América, pois haverá uma grande redução de gastos com aluguel de estádio. Apesar da ótima estrutura oferecida, o uso da Arena das Dunas é financeiramente desvantajoso para o clube porque o custo do aluguel é muito alto. Para obter algum lucro, é necessário ter alto número de pagantes em todos os jogos, algo difícil de acontecer devido ao desempenho do clube nos últimos anos e ao alto preço dos ingressos. Com a inauguração da Arena América, os jogos com menor expectativa de público não serão mais tão prejudiciais e a Arena das Dunas passará a usada apenas em jogos com expectativa de grande público, até que o estádio do América esteja completamente concluído. Jogando em seu próprio estádio, a diretoria também terá maior liberdade para diminuir o preço dos ingressos, já que os custos serão significativamente menores que na Arena das Dunas. É uma oportunidade de atrair torcedores de menor renda de volta ao estádio.

Figura 9 - Projeto da Arena América com capacidade para 25.000 pessoas



Fonte: UOL (2012, informação eletrônica)

4.5 PATROCÍNIOS E PARCERIAS

Em entrevista ao site Globo Esporte em 2018, o então presidente do América, Eduardo Rocha afirmou que a receita do clube em 2014 era cerca de 12 milhões de reais, 3 milhões a menos que em 2018. A razão dessa queda de receita, deve-se principalmente aos rebaixamentos do time no campeonato brasileiro. Clubes que disputam a série D não recebem as cotas de direitos de transmissão da televisão como clubes de divisões superiores devido a pouca visibilidade, o que implica também menor procura de marcas patrocinadoras e parceiros. Em 2014, jogando a série B, o principal patrocinador do clube era a Caixa Econômica Federal, com contrato de 12 meses, recebendo R\$ 2 milhões. Não houve renovação ao fim do contrato (ERYS, 2018, INFORMAÇÃO ELETRÔNICA).

De lá para cá o América teve diversos patrocínios pontuais. Na temporada de 2019, o clube estampou em seu uniforme a marca do aplicativo do governo do estado, Nota Potiguar. De 2014 a 2019, o clube teve quatro diferentes fornecedores de material esportivo: Kappa, Kanxa, Embratex e o fornecedor atual, Numer. Após problemas com de descuprimento de contrato por parte da fornecedora Embatex, o departamento de marketing decidiu romper e assinar com a Numer. A nova fornecedora lançou novos uniformes e sanou os problemas que o clube vinha tendo. Os novos uniformes passaram a ser vendidos não apenas na loja oficial do clube Espaço Rubro, que fica na sede social, como também pelo próprio site da marca.

Muitos clubes do Brasil, até mesmo da série A, sofrem com problemas similares, as fornecedoras de material esportivo com dificuldades de atender as demandas de produção de material. Em 2016, o Paysandu (PA) inovou

optando por criar uma marca própria de uniformes, tendo assim maior liberdade de criação, controle e comercialização (MANTOS..., 2019, INFORMAÇÃO ELETRÔNICA).

A prática acabou virando tendência entre vários clubes do Brasil. Em 2019, 18 clubes brasileiros de todas as divisões do *brasileirão* utilizam marca própria. Seis desses clubes também disputaram na série D em 2019 foram eles: Bragantino (PA); Caxias (RS); Joinville (SC); River (PI); Sergipe (SE); Tubarão (SC). A criação de uma marca própria abre a possibilidade da própria torcida participar do processo de criação e escolha dos uniformes. A camisa de um time de futebol carrega toda a simbologia em si, o uniforme de um time é parte essencial de sua identidade, tanto que a frase “vestir a camisa do time” é frequentemente usada como metáfora para “fazer parte do time”. Ter o principal patrimônio de qualquer clube, sua torcida, participando do processo de criação e escolha tem se mostrado uma excelente estratégia para estreitar as relações entre torcida e clube (MANTOS..., 2019, INFORMAÇÃO ELETRÔNICA).

4.6 SÓCIO-TORCEDOR

O programa de sócio-torcedor é uma prática comum entre clubes de futebol profissional de todo o mundo, é uma forma do torcedor contribuir financeiramente com o clube e receber vantagens em troca. No Brasil, os clubes com maior número de sócios se concentram nas regiões Sudeste e Sul, que são os times que geralmente disputam as principais competições nacionais e internacionais e têm as maiores torcidas do país. No Nordeste, as equipes com maior número de sócios-torcedores estão na Bahia e no Ceará.

Tabela 9 - Seis clubes nordestinos com maior número de sócios (valores aproximados)

1º	Esporte Clube Bahia	44 mil sócios
2º	Sport Club do Recife	38 mil sócios
3º	Fortaleza Esporte Clube	28,3 mil sócios
4º	Ceará Sporting Club	17 mil sócios
5º	Clube Náutico Capibaribe	13,5 mil sócios
6º	Esporte Clube Vitória	13,2 mil sócios

Fonte: Maleson; Lima (2019, informação eletrônica)

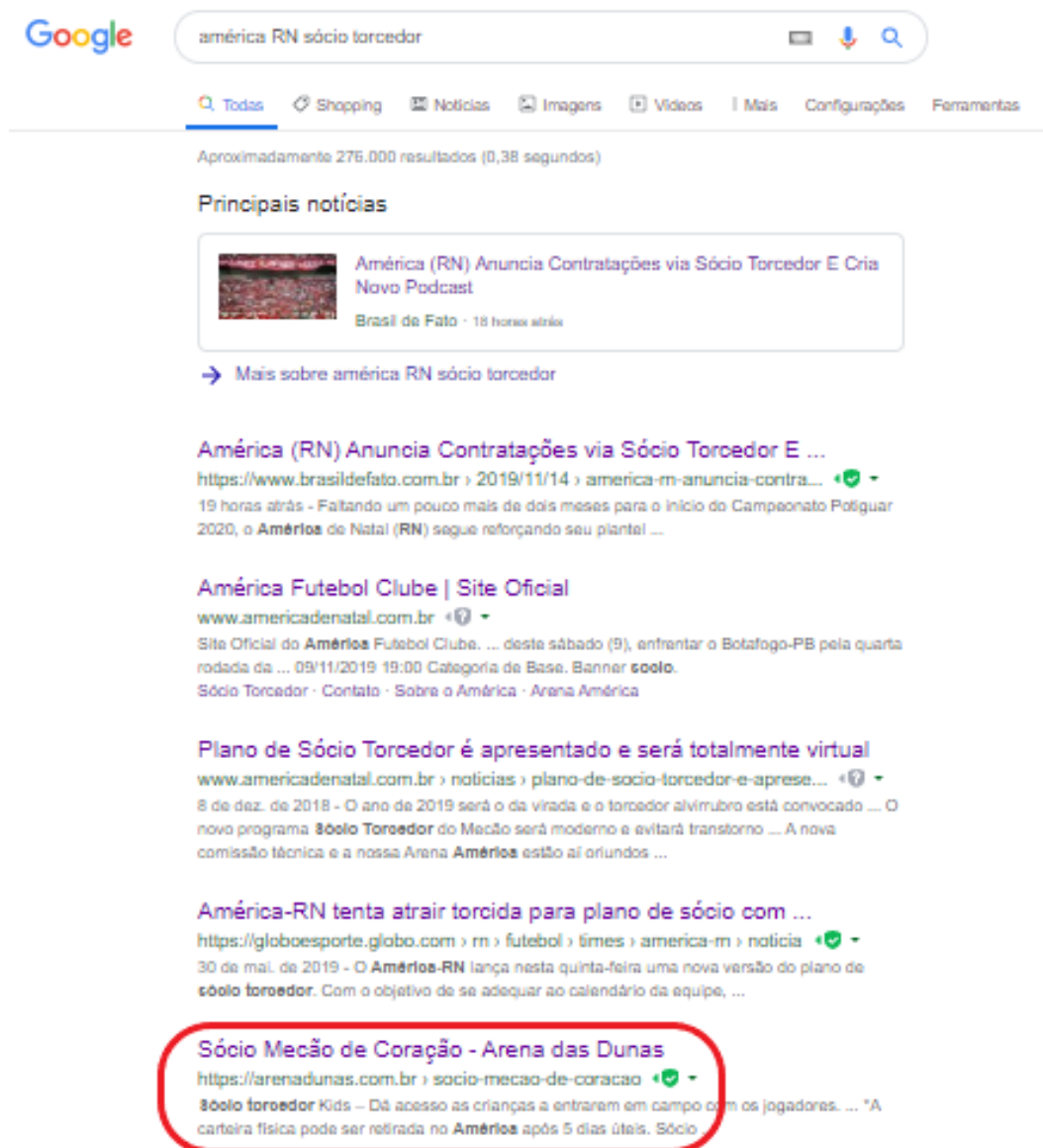
A realidade do América de Natal é muito diferente desses clubes, mesmo que alguns sendo de estados vizinhos e que há não muito tempo, disputavam as mesmas competições que o próprio América. O grande diferencial está no número de torcedores desses clubes, muito superior ao do América, e nas gestões que foram que tiveram competência para reerguê-los em momentos de crise. O Fortaleza, por exemplo, passou por um longo período de crise quando ficou na série C por 7 anos consecutivos (2010-2017). A redenção do clube ocorreu em 2017, ano no qual o clube cearense finalmente conseguiu o acesso de volta para série B, terminando como vice campeão da série C. Em 2018 sagrou-se campeão brasileiro da série B, retornando à série A para o ano seguinte, e em 2019, além do título do estadual, foi campeão da Copa do Nordeste pela primeira vez (MOTA, 2019, INFORMAÇÃO ELETRÔNICA).

Sendo a série D um campeonato eliminatório, as eliminações do América foram bastante prejudiciais já o que o futebol profissional ficou sem calendário pelo resto das temporadas, o que tira o principal propósito da adesão ao programa de sócio que é os descontos nos valores de ingresso. A diretoria americana sequer divulga a quantidade de sócios, adimplentes ou total. Segundo o blog Vermelho de Paixão, ao final de 2013 o clube chegou a ter 3.986 sócios, o motivo do aumento do número de adesões era que o fato que o América voltaria a mandar jogos em Natal em um estádio de copa do mundo (FRAIMAN, 2019, INFORMAÇÃO ELETRÔNICA). Devido aos rebaixamentos e fracassos do time no campeonato brasileiro, supõe-se que quantidade de sócios tenha diminuído.

O sistema de adesão ao programa de sócio de muitos clubes geralmente é feito facilmente pela internet nos websites dos próprios clubes, ou em uma página específica para sócios. Há opções de planos dos mais caros aos mais baratos, visando atingir torcedores de todas as classes. O América já teve um sistema de adesão similar, no entanto, hoje, se desejar aderir ao programa 'Sócio Mecão de Coração', o torcedor precisa ir pessoalmente até a sede social do clube ou através site da Arena das Dunas. Cabe notar que não é tão simples de encontrar a página de adesão, ao procurar por "América RN sócio torcedor" em plataforma de pesquisa on-line, os resultados não levam primeiramente a página certa e sequer aparecem campanhas. Diferentemente

dos clubes nordestinos citados anteriormente e até mesmo do ABC, nos quais o usuário é rapidamente levando a uma página exclusiva para adesão ao programa.

Figura 10 - Ao pesquisar na internet pelo programa de sócio torcedor do América, o torcedor não é prontamente direcionado à página correta



Fonte: O autor

No programa atual do Sócio Mecão de Coração (2019/2020), os planos de sócio de torcedor variam de R\$ 120 a R\$ 910 (anuidades), podendo ser parcelados em até 10 vezes. Anualmente a diretoria realiza um evento de apresentação do elenco e comissão técnica para temporada e também inicia a campanhas de adesão ao programa de sócio. Contudo, como nos últimos três

anos o time ficou sem calendário muito antes do fim da temporada devido às eliminações na série D, a procura por adesão não está sendo positiva.

Ao contrário dos principais clubes do Nordeste, o América apresenta deficiências na captação de novos sócios, pois não possui uma página online em que torcedor possa conhecer melhor e aderir ao programa. Nos perfis das redes sociais digitais do clube, no Instagram, Twitter e Facebook, há poucas informações sobre o programa de sócio e menos ainda sobre como o torcedor pode aderir.

Figura 11 - Plano do programa Sócio Mecão de Coração 2019/2020 na página da Arena da Dunas.

Sócio Mecão	
Ingresso	Preço
Sócio torcedor Kids Anuidade: R\$ 120,00 em até 10x no cartão.	120,00
Sócio torcedor Kids + carteira física Anuidade: R\$ 130,00 em até 10x no cartão. A carteira física pode ser retirada no América após 5 dias úteis.	130,00
Sócio torcedor Leste Anuidade: R\$ 350,00 em até 10x no cartão.	350,00
Sócio torcedor Leste + carteira física Anuidade: R\$ 360,00 em até 10x no cartão. A carteira física pode ser retirada no América após 5 dias úteis.	360,00
Sócio torcedor Premium Anuidade: R\$ 900,00 em até 10x no cartão.	900,00
Sócio torcedor Premium + carteira física Anuidade: R\$ 910,00 em até 10x no cartão. A carteira física pode ser retirada no América após 5 dias úteis.	910,00

Fonte: Arena das Dunas (2019, informação eletrônica).

4.7 COTAS DE DIREITOS DE TRANSMISSÃO TELEVISIVA

De acordo com Crispim (2018, p. 15), “as cotas das transmissões de TV são as principais fontes de receitas dos clubes e elas, por sua vez, estão ligadas ao tamanho das torcidas”. Desde 2015, o América não recebe cotas da televisão referentes ao Campeonato Brasileiro, visto que apenas times das séries A e B recebem cotas de canais abertos e fechados. Os valores recebidos variam por cada clube e estão diretamente associados aos índices

de audiência que as transmissões dos jogos desses clubes geram (CRISPIM, 2018).

Segundo dados do jornalista Cassio Zirpoli (2018, informação eletrônica), os clubes que mais recebem verba de emissoras de televisão referentes aos direitos de transmissão são Flamengo e Corinthians, as duas maiores torcidas do Brasil, que conseqüentemente tem maior audiência.

A única competição que o América disputa atualmente e que tem transmissão de um canal de televisão é a Copa do Nordeste. Como finalista e campeão potiguar de 2019, o América garantiu vaga na Copa do Nordeste 2020. Até o presente momento, as cotas da competição não foram definidas. A competição será transmitida por duas emissoras, SBT (TV aberta) e Fox Sports (canal fechado).

Diante o que foi apresentado sobre o América aqui e no capítulo anterior, bem como as reflexões sobre futebol e torcida, vamos, no próximo capítulo abordar a relação que o(a) torcedor(a) americano(a) tem com o seu time. Isso considerando não só as vitórias, mas, sobretudo o cenário de crise no qual o América se encontra, de maneira a compreendermos as emoções que os participantes da pesquisa sentem.

5 PESQUISA DE CAMPO

Ao observar o histórico recente de sucessivos fracassos do América Futebol Clube (RN) nos campeonatos que disputou, especialmente no Campeonato Brasileiro de Futebol, e considerando a fase atual (2016-2019) como a pior de toda história do clube, surgem alguns questionamentos. Dentre eles está: como essa longa crise de resultados afetaram o relacionamento dos torcedores com clube, principalmente aqueles torcedores adultos que puderam presenciar épocas mais vitoriosas de seu clube do coração?

Nessa perspectiva, a presente pesquisa propõe-se a realizar um estudo exploratório com torcedores do América Futebol Clube (RN), com objetivo de analisar se esta longa crise que culminou no rebaixamento para a série D do Campeonato Brasileiro de Futebol e sucessivos fracassos nesta mesma competição alteraram de alguma forma o relacionamento dos torcedores com o clube. Sobre a pesquisa exploratória, Gil (1999, p. 27) nos aponta que

Pesquisa exploratórias são desenvolvidas com o objetivo de proporcionar visão geral, de tipo aproximativo, acerca de determinado fato. Esse tipo de pesquisa é realizado especialmente quando o tema escolhido é pouco explorado e torna-se difícil sobre ele formular hipóteses precisas e operacionalizáveis (GIL, 1999, p.27).

Para este caso, compreende-se por relacionamento, os laços emocionais entre um torcedor e seu clube do coração, e seu nível de interesse em ir aos jogos, acompanhar notícias sobre o clube e consumir produtos licenciados. Em outras palavras, a vontade torcer pelo América. Somado a isso, considerando Hair Jr et al (2014), a pesquisa exploratória objetiva fornecer conhecimentos e compreensões mais profundas a respeito de motivações, hábitos e comportamentos de um determinado grupo, pouco ou nunca explorado de maneira a obter insights sobre o problema de pesquisa.

Além de ser exploratória, a pesquisa se configura em qualitativa. Tal pesquisa visa fornecer uma maior profundidade dos dados obtidos, uma vez que busca entender as subjetividades dos participantes, sem a preocupação de encaixar as respostas em categorias específicas ou predeterminadas. Com isso, a pesquisa qualitativa propicia uma compreensão profunda sobre percepções, opiniões, sentimentos, comportamentos e hábitos. Por essa razão, a pesquisa qualitativa não visa dados mensuráveis, o que permite a obtenção

de informações mais ricas, mais profundas, mesmo que em menor volume (HAIR JR, et al, 2014).

Dentre os instrumentos utilizados para realizar as pesquisas qualitativas, um dos mais utilizados são as entrevistas em profundidade. Essas entrevistas, de acordo com Duarte (2011), podem ocorrer de forma individual, presencialmente ou por meio de telefone ou online, mediante a autorização do participante. Para o autor, “a entrevista em profundidade é útil para estudos do tipo exploratório, que tratam de conceitos, percepções ou visões para ampliar conceitos sobre a situação analisada” (DUARTE, 2011, p. 64). Assim, as entrevistas em profundidade, visam obter respostas levando em conta a subjetividade dos participantes a partir de perguntas, previamente elaboradas em um roteiro semiestruturado, o que não significa dizer que não se pode fazer outras perguntas à medida que a entrevista acontece (DUARTE, 2011).

Para a realização desta pesquisa, optou-se pelas entrevistas em profundidade presenciais. Isso se deu pelo fato de que, caso o respondente interprete uma ou mais perguntas de maneira equivocada, o pesquisador poderá esclarecê-lo de maneira mais rápida e precisa. Além disso, aplicações presenciais reduzem consideravelmente o tempo para responder todas as perguntas, já que o pesquisador pode fazê-las oralmente, gravar as respostas com um aparelho gravação de voz e transcrevê-las para então poder analisá-las. Foi este o procedimento adotado para esta pesquisa.

Ao todo, o roteiro de perguntas, como pode ser observado na tabela 10, foi elaborado com 26 perguntas, divididas em seis seções: 1) Experiência e Comportamento; 2) Presença no Estádio; 3) Opiniões Pessoais; 5) Consumo; 6) Mídias. As entrevistas foram realizadas de 16 de setembro de 2019 a 15 de outubro de 2019.

A partir das respostas obtidas, é possível ter uma percepção sobre os hábitos e vivências como torcedor(a), dentro e fora do estádio; dos sentimentos dos torcedores em relação ao América, antes e durante da crise; das sensações que os rebaixamentos e os fracassos provocaram; das opiniões pessoais acerca da administração do clube; dos interesses de consumo; e por fim, quais os meios de comunicação mais utilizados pelos torcedores.

Tabela 10 - Roteiro de perguntas

SEÇÃO	PERGUNTAS
<p>Experiências e Comportamentos</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1) Qual a importância do futebol na sua vida? 2) Como você se tornou torcedor(a) do América? 3) Como você se sente sendo um torcedor do América? 4) Quais são as lembranças mais marcantes que você tem como torcedor do América? 5) Como as derrotas do time afetam sua vida? 6) Em algum momento já passou pelo sua cabeça deixar de torcer para o América? Se sim, por quê? 7) Torce para outro time além do América? Se sim, qual time? Torce igualmente para os dois ou mais por algum? Por quê? Você participa de algum grupo social voltado exclusivamente a conversar sobre o América? 8) Você tem algum hábito ou ritual quando vai aos jogos do América? 9) Você já se envolveu em algum tipo de atrito verbal ou físico por causa de futebol? Isso acontece com muita ou pouca frequência? 10) Você se considera um torcedor(a) fanático(a)? 11) Descreva da melhor maneira possível como se sentiu quando o América foi rebaixado para a série D e como se sente agora depois de 4 fracassos sucessivos.

<p>Presença no Estádio</p>	<p>12) Com que frequência você vai ao estádio para assistir aos jogos?</p> <p>13) Quais os principais motivos que fazem você deixar de ir ao estádio?</p> <p>14) Quais os principais motivos que te atraem ao estádio?</p> <p>15) Com quem você costuma ir ao estádio assistir aos jogos?</p> <p>16) Desde que o América foi rebaixado para a série D, você passou a frequentar menos ou mais vezes os jogos do time?</p>
<p>Opiniões Pessoais</p>	<p>17) Qual você considera a conquista mais importante da história do América?</p> <p>18) Você tem preferência por algumas das competições que o América geralmente disputa durante a temporada? Se sim, explique por quê?</p> <p>19) A que você atribui a responsabilidade principal pelos sucessivos fracassos do América na série D?</p> <p>20) O que você acredita ser a melhor solução para que o América supere essa fase difícil que vem passando atualmente?</p>
<p>Consumo</p>	<p>21) Atualmente você é sócio torcedor do América?</p> <p>a) Se sim, o que lhe motivou a ser sócio.</p> <p>b) Há quanto tempo você é sócio?</p> <p>22) Você costuma comprar produtos oficiais do América?</p> <p>a) Se sim, quais produtos você tem interesse?</p> <p>b) Se sim, quais fatores te despertam o desejo de comprar produtos do América?</p> <p>23) Já participou de algum evento ou ação de marketing promovido pelo América? Se sim, qual?</p>
<p>Mídias</p>	<p>24) Com que frequência você acompanha notícias sobre</p>

	<p>o América?</p> <p>25) Por qual mídia você mais acompanha as notícias?</p> <p>26) Quando não vai estádio ou o América joga fora de casa, como você acompanha as partidas?</p>
--	---

Fonte: o Autor (2019).

No que diz aos participantes entrevistados, optamos por não utilizar uma amostragem probabilística, justamente porque se configura em uma pesquisa qualitativa. Os participantes foram selecionados por conveniência em razão do tempo e dos recursos para sua realização da pesquisa.

Baseando-se no histórico do América, consideram-se os dois períodos de 1996-1998 e 2005-2006 como as fases das conquistas mais importantes da história do América Futebol Clube. Em 1996, foi vice-campeão brasileiro da série B, conquistando seu primeiro acesso à série A desde a implantação do sistema de acessos e rebaixamentos, e em 1998 sagrou-se campeão da Copa do Nordeste. Em 2005-2006, realizou o feito extraordinário de conseguir dois acessos seguidos, indo da série C à série A em apenas dois anos. Assim determinam-se estes momentos como as fases de auge do América Futebol Clube.

A atual crise de resultados do time potiguar deu os primeiros sinais já em 2014, como já foi relatado anteriormente. O pico da crise ocorre em 2016, quando o clube acabou rebaixado para a divisão mais baixa do campeonato brasileiro

Diante disso, os participantes escolhidos para serem entrevistados, identificados aqui como “torcedor(a)”, foram selecionados sob os critérios de necessariamente ter memórias vividas de pelo menos um dos períodos de auge, assim fica estabelecido uma idade mínima de 25 anos, pelo fato de que torcedores nesta idade, teriam entre 11-12 anos no período 2005-2006. Portanto, julga-se com idade suficiente para se ter lembranças claras dos momentos. Ademais, é necessário que também tenhamos torcedores acima dos 35 anos, pois estes, seguindo a mesma lógica do primeiro recorte, teriam vivência como torcedores de ambas as fases de auge do América.

Assim sendo, definiu-se os recortes para esta pesquisa como dois parâmetros de torcedores do América: 1) Homens e mulheres; 25 a 34 anos; residentes em Natal-RN; 2) Homens e mulheres; A partir de 35 anos; residentes em Natal-RN, como pode ser observado na tabela 11.

Tabela 11 - Perfil dos participantes da pesquisa

Identificação	Gênero/Idade	Data da aplicação do questionário
Torcedora 1	Mulher / 26 anos	16/09/2019
Torcedor 2	Homem / 27 anos	23/09/2019
Torcedora 3	Mulher / 25 anos	26/09/2019
Torcedor 4	Homem / 27 anos	26/09/2019
Torcedor 5	Homem / 46 anos	10/10/2019
Torcedor 6	Homem / 35 anos	15/10/2019

Fonte: o Autor (2019).

A seguir, apresentamos os dados obtidos na pesquisa, separando-os em experiências e comportamentos; presença no estádio; opiniões; consumo; mídias. Por fim, apresentamos uma síntese dos resultados.

5.1 EXPERIÊNCIAS E COMPORTAMENTOS

A respeito da importância do futebol na vida de cada um, a maioria dos torcedores o classificou como forma de lazer que foi cultivada desde a infância, praticando-o e assistindo. O início das relações com o América também surgiu na infância, majoritariamente por influência familiar, com exceção da Torcedora 3 que passou a torcer pelo América por influência da fase vitoriosa de 2005-2006.

Quanto ao sentimento de ser torcedor(a) do América, todos afirmaram ter algum nível de frustração com fase atual. Os Torcedores 1 e 3 se mostraram mais frustrados, citando sentimentos de indiferença e decepção. Torcedor 5 respondeu que não sente falta de acompanhar o América, mas que mesmo assim, ainda vai aos jogos. O restante confirmou sentir algum tipo de frustração, mas que isso não abala seus sentimentos de amor e orgulho em

serem americanos, o que remete ao apresentado no capítulo dois sobre o amor romântico da torcida pelo seu time.

Dentre as melhores lembranças como torcedores, a mais citada em unanimidade foi o acesso à série A em 2006, possivelmente por ser mais recente. Também houve menções a momentos mais recentes, como a virada épica sobre o Fluminense na Copa do Brasil em 2014. Apenas o Torcedor 6 citou o título da Copa do Nordeste, em razão da sua idade (35 anos) e ter se demonstrado o torcedor com laços mais fortes com clube dentre os questionados.

Questionados sobre como lidam com derrotas, todos responderam ficarem naturalmente insatisfeitos, tristes ou chateados, mas que isso não que isso não transgride o âmbito do esporte em suas vidas. Mesmo frustrados com a situação atual do clube, absolutamente todos afirmaram que jamais pensaram em deixar de torcer para América.

Como mencionado anteriormente, alguns clubes da região Sudeste do Brasil detêm a maioria de torcedores na região Nordeste. Em Natal é comum o hábito de torcer por um time grande do Sudeste e um time da cidade, o que se chama popularmente de “torcedor misto”. Dentre os torcedores participantes da pesquisa, três afirmaram também torcer ou ter simpatia para o Flamengo (RJ). O Torcedor 4 também torce para o Corinthians (SP). Apenas os Torcedores 1 e 2 afirmaram torcer somente para o América. No entanto, todos os que afirmaram torcer também por outro clube, declararam que o América é seu time principal, demonstrando que fator regionalismo tem importância na preferência.

Nas questões a respeito de comportamento e hábitos, ficou evidenciado que são de torcedores que não participam nem nunca participaram de torcidas organizadas, não se envolvem em confrontos físicos contra rivais mesmo em situações de irritação ou raiva devido a provocações. Os Torcedores 3, 4 e 6 afirmaram se considerarem torcedores fanáticos, contudo, ficou claro que para eles, o conceito de fanatismo não está associado ao extremismo ou atos de violência e vandalismo, mas sim a um amor incondicional pelo América. Cabe destacar que a Torcedora 1 afirmou que já se considerou fanática quando era mais jovem, mas que os desempenhos do América nos últimos anos, e outros fatores, a tornaram indiferente.

Por fim, na pergunta sobre como se sentiram quando o América foi rebaixado para a série D, os sentimentos descritos foram: tristeza; raiva; revolta e indiferença. Aqueles torcedores mais envolvidos com o clube evidentemente foram mais atingidos pelos fracassos, como o Torcedor 6 relatou ter chorado quando o América caiu para a série D.

5.2 PRESENÇA NO ESTÁDIO

Sobre a frequência com que vão ao estádio torcer para o América, apenas os Torcedores 3, 4 e 6 vão a praticamente todos os jogos. O Torcedor 6 relatou ainda que em certas ocasiões, viaja para acompanhar o jogos fora de Natal. Os Torcedores 3, 4 e 6 também afirmaram que só deixam de ir ao estádio em situações excepcionais, como evento familiar ou trabalho. Os outros afirmaram que a frequência de presença no estádio depende muito do desempenho da equipe ou da importância do jogo. Além do desempenho, a insegurança, preços do ingresso, desinteresse e indisposição foram mencionados como fatores que os fazem deixar de ir a um jogo do América.

Todos costumam ir ao estádio acompanhados de familiares, amigos ou companheira(o). Apenas o Torcedor 6 diz normalmente ir sozinho, mas que em certas ocasiões, vai com sua namorada e com sua mãe.

Após o rebaixamento para a série D, todos, exceto os Torcedores 3, 4 e 6, afirmaram que passaram a ir com menos frequência ao estádio. A justificativa de todos foi o baixo nível do futebol apresentado na série D do Campeonato Brasileiro. Os Torcedores 3, 4 e 6 defendem que no momento de crise, precisam apoiar o time ainda mais para ajudá-lo a melhorar a situação. Os Torcedores 2 e 4 continuam indo com a mesma frequência com que iam antes da crise, Já a Torcedora 3 relatou que passou a ir com mais frequência ao estádio.

5.3 OPINIÕES

Nesta seção, os torcedores expuseram seus pontos vista sobre o América. Sobre a conquista mais importante, a mais mencionada foi de fato o título da Copa do Nordeste de 1998, mesmo por aqueles que não têm lembranças da época por serem muito jovens.

Das competições que o América disputa os Torcedores elegeram o Campeonato Brasileiro como a mais importante. Apenas os Torcedores 2 e 4 afirmaram preferir o campeonato estadual devido à grande rivalidade que há com o ABC.

Sobre a situação de crise que o clube atravessa, as gestões das diretorias passadas foram unanimemente responsabilizadas pelos maus resultados do time em campo. Eles julgam as diretorias como amadoras, desorganizadas e incompetentes, e acreditam que interesses políticos individuais de gestores têm prejudicado o clube. O Torcedor 5 reconhece que a realidade financeira também tem uma forte contribuição para a crise que o América atravessa.

De acordo com os Torcedores, as melhores soluções para acabar com essa crise de resultados são: uma diretoria composta por profissionais competentes, capazes de organizar a instituição América Futebol Clube, e que não tenham interesses políticos ou de autopromoção através de sua gestão. Além disso, tirar forças a partir do apoio da torcida, investir mais nas categorias de base, e montar um elenco de qualidade, com uma comissão técnica boa.

5.4 CONSUMO

A respeito do programa de sócio torcedor do América, três Torcedores afirmaram serem sócios ativos do clube. No caso da Torcedora 1, ela acredita ser ainda ser associada, mas não tem certeza porque o plano é pago por um familiar. O Torcedor 5 afirmou já ter sido sócio por três anos, mas deixou de pagar o plano quando o América foi rebaixado para a série D, portanto, é sócio inadimplente.

O Torcedor 4 é sócio há oitos anos (com intervalos) e o Torcedor 6 é sócio há seis anos. Ambos relataram terem se associado com a intenção principal de contribuir com clube e poderem usufruir dos descontos nos ingressos, já que vão aos jogos com bastante frequência.

Quanto a produtos oficiais, novamente apenas o grupo dos Torcedores 3, 4 e 6 disseram ter interesse de compra. Os produtos de maior interesse citados foram camisa oficial de jogo, bonés e copos. Seus interesses pelos produtos são devido à beleza e saber que está ajudando o clube ao comprá-los.

Sobre as participações em ações de marketing do clube, as únicas mencionadas foram apresentações de elenco, como é feito anualmente na sede social do América antes do início da temporada, e mais recentemente o evento de inauguração da Arena América, em Parnamirim, em que houve uma partida amistosa entre ídolos ex-jogadores que tiveram passagem pelo América.

5.5 MÍDIAS

Para acompanhar notícias sobre o América os principais canais citados são os do meio online: redes sociais digitais e páginas de notícias esportivas. Como no momento da aplicação da pesquisa o futebol profissional do América está em recesso, a frequência de notícias relevantes é pequena, mas por seguirem os perfis do clube nas redes sociais digitais, sempre há notícias que os Torcedores recebem. Apenas o Torcedor 4 afirmou se informar sobre o América mais frequentemente através do rádio.

Para acompanhar os jogos do América fora de Natal o principal meio mencionado foi a internet. Ultimamente poucas partidas do América têm sido televisionadas, mas mesmo assim a televisão ainda é o meio de preferência. As plataformas de *streaming* também foram citadas, já que nas temporadas recentes houve esse tipo de transmissão que é considerada uma tendência na transmissão esportiva brasileira.

5.6 SÍNTESE DOS RESULTADOS

A partir da pesquisa de campo realizada, percebeu-se que:

- O rebaixamento do América para a série D evidentemente causou grande tristeza para todos os torcedores, no entanto, o ato de torcer pelo América continua.
- Nos torcedores mais ávidos, não se constatou sentimentos de mágoa ou rancor que os fizeram se afastar do América. Mesmo diante de frustrações e insatisfações, a lealdade, o amor, e o interesse deles pelo América permaneceram intactos.
- Percebeu-se que, de fato, houve casos de abalos no relacionamento com o clube entre alguns torcedores. Após o rebaixamento para série D e os sucessivos fracassos, esse grupo apresentou sentimentos de

indiferença aos resultados do time e falta de interesse em gastar seu dinheiro e tempo com a América após tantas decepções.

- Todavia, mesmo esses torcedores desinteressados afirmaram que jamais pensaram em deixar de torcer pelo América, o que pode indicar que esses sentimentos de indiferença são reversíveis, a partir do momento em que o América passar a alcançar resultados melhores na competição considerada mais importante pela torcida: o campeonato brasileiro.
- Viu-se uma unanimidade de opiniões dos torcedores que o maior culpado pela crise financeira e de resultados do América foram as gestões de dirigentes incompetentes ou medíocres, descrita por eles como “amadoras”. Contudo, como torcedores não fazem parte da gestão do time, as opiniões sobre o que precisa melhorar tendem a ser superficiais devido ao desconhecimento da verdadeira realidade interna do clube.
- Como descrito anteriormente, o programa de sócio-torcedor do América é deficitário em divulgação e oferece poucas vantagens além dos descontos no ingressos para jogos, ou seja, como nos últimos três anos o América foi precocemente eliminado do Campeonato Brasileiro série D, ficando sem partidas oficiais até o anos seguintes, a única vantagem de ser sócio perde seu propósito. Talvez por esta razão, apenas dois torcedores entrevistados são associados, o que parte muito mais da boa vontade deles próprios em ajudar o clube do que de esforços da diretoria em captar novos e mantê-los como sócios adimplentes. Nesse sentido, a nova diretoria do América eleita para 2020 precisa aprimorar urgentemente o programa Sócio Mecão de Coração, visto que é uma fonte de renda importante e uma forma de estreitar as relações do clube com sua torcida.
- As ações de marketing do América, além de limitadas, não apresentam inovações que possam ser destacadas. As memórias dos torcedores se restringem às apresentações de elencos na sede social. O que pode justificar isso são as dificuldades de receita do clube que o impedem de realizar ações grandes. Contudo, é possível realizar ações de baixo

orçamento, mas com bons retornos, basta que haja planejamento e inovação por parte da gestão do América.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa foi motivada principalmente pela tentativa de oferecer alguma contribuição ao futebol do Rio Grande do Norte, que vem passando por uma grande decadência no cenário nacional nos últimos tempos. Como brasileiros, o futebol nos cerca, nos rege e nos encanta, por isso é sempre prazeroso estudá-lo.

A oportunidade ler as obras dos autores Roberto DaMatta e Marcos Guterman como material de referência, abriu novas perspectivas muito mais amplas sobre o que de fato significa o futebol para o Brasil, além da vivência banal de jogos, vitórias, derrotas, gols, noticiários e etc. Assim como está no título do livro de Guterman (2009), o futebol realmente explica o Brasil em contextos sócio-políticos-culturais, frequentemente imperceptível aos torcedores comuns.

Este trabalho foi importante também auxiliar a compreender como são construídas as relações entre torcedor e clube, o que as sustentam e o que às abalam. O caso do América de Natal surgiu como objeto motivador para um estudo exploratório, tendo em vista que o clube tem uma torcida que estava acostumada a ver seu time em certo patamar, mas que agora o vivia em decadência.

Como vimos, até o presente momento, o América de Natal acumula um total de 49 participações no Campeonato Brasileiro de Futebol. Dessas 49 participações, em 24, o clube potiguar disputou a segunda divisão da competição, a chamada série B. Logo, se em números, praticamente metade das participações do América no Brasileirão foi na série B, é natural que no imaginário do torcedor o lugar do América seja na segunda divisão.

Os fatos que reforçam essa ideia são que, até 2015, em todas as vezes que o América caiu para a série C, o time sempre conseguia o acesso no ano seguinte, nunca permanecendo na terceira divisão por duas temporadas seguidas. Além disso, desde a implementação do sistema de acessos e rebaixamento no Campeonato Brasileiro, o América foi o único clube do Rio Grande do Norte a chegar à principal divisão do futebol nacional.

Essas conquistas foram de grande valor não apenas para o América, mas também para o futebol do Rio Grande do Norte, tendo em vista a realidade financeira dos clubes do estado em comparação com adversários das regiões

Sudeste/Sul, e até mesmo da própria região Nordeste, que disputam a série B como favoritos ao acesso. As dificuldades dos clubes norte-rio-grandenses de montar um elenco competitivo e conseguir sustentá-lo são maiores devido à receita inferior.

Em contrapartida, acessos à divisão de elite e títulos são também grandes oportunidades de crescimento do clube como marca, e conseqüentemente, de seu patamar financeiro. No entanto, esse crescimento depende bastante de todo um grande planejamento de gastos, investimentos e das estratégias definidas pela gestão do clube para se manter no patamar alcançado. O caso América é um exemplo claro de como, com gestões medíocres, se torna muito difícil manter-se no mesmo nível dos grandes clubes brasileiros, haja vista suas curtas e desastrosas passagens pela série A.

Evidentemente nenhum torcedor fica satisfeito ao ver seu time do coração passando por uma crise, ainda mais se ele ou ela tem cumprindo suas funções pagando ingresso, indo aos jogos, apoiando o time, comprando produtos licenciados ou associando-se. O longo período de resultados negativos e a incerteza de uma possível redenção obviamente se tornam grandes frustrações para a torcida.

No entanto, como vimos na pesquisa junto aos Torcedores selecionados para participar, mesmo diante de tantas frustrações, o amor e a lealdade pelo América permanecem. Isso está diretamente ligado ao que falamos no capítulo dois: amor romântico que tem que sofrer e enfrentar obstáculos por ser um amor verdadeiro. Ao mesmo tempo, isso poderia ser aproveitado pelo América de maneira a desenvolver ações e campanhas de comunicação para os(as) americanos(a)s e assim, estreitar a sua relação com o time, bem como ampliar o número de sócios-torcedores, venda de produtos, acarretando em obtenção de verba pelo América.

Com efeito, a maior dificuldade na execução da pesquisa foi encontrar os torcedores dentro dos critérios da amostragem que estivessem com disponibilidade para responder o questionário, mesmo em uma amostra por conveniência. As aplicações necessariamente presenciais permitiram uma coleta de informações mais rápida, clara, precisa e menos exaustiva para o respondente.

A partir do estudo foi possível identificar as reações e sentimentos da torcida com clube após o choque que foi o rebaixamento para a série D, seguido de frustrações pelos fracassos sucessivos em retornar à divisões superiores, analisá-las e chegar às conclusões de houve sim abalos no relacionamento em certo grupo de torcedores, mas que esses danos são perfeitamente reversíveis. Assim como também foi possível identificar que torcedores mais ávidos foram menos afetados pela crise, não mudando em nada sua vontade de torcer pelo América.

Por fim, espera-se que esta monografia possa estar a serviço de quaisquer outros projetos acadêmicos, sejam eles no campo da comunicação social ou qualquer outro, que visem estudar o América de Natal, o futebol do Rio Grande Norte e seus torcedores.

REFERÊNCIAS

AMÉRICA DE NATAL. O clube. **América de Natal**, s/a. Disponível em:<<http://www.americadenatal.com.br/o-clube>>. Acesso em: 08 setembro de 2019.

AQUINO, Jefferson Nicássio Queiroga de. **O torcer no futebol como possibilidade de lazer e Vínculo identitário para torcedores de América-MG, Atlético-MG e Cruzeiro**. 2017. 83f (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Estudos do Lazer da Escola de Educação Física, Fisioterapia e Terapia Ocupacional, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2017.

ARENA DAS DUNAS. Nota de esclarecimento. **Nota oficial**, s/a. Disponível em:< <https://arenadunas.com.br/agenda/nota-oficial-251/>>. Acesso em: 25 de outubro de 2019.

_____. **Apresentação**, s/a. Disponível em:< <https://arenadunas.com.br/arena/apresentacao/>>. Acesso em: 25 de outubro de 2019.

_____. Sócio Mecão de coração. **Arena das Dunas**, 2019. Disponível em:< <https://arenadunas.com.br/socio-mecao-de-coracao/>>. Acesso em: 15 de novembro de 2019.

BANDEIRA, Gustavo Andrada. HIJÓS, Maria Nemesia. Significados das emoções no futebol brasileiro e argentino: um diálogo em contextos etnográficos distintos. **FuLiA**, UFMG, v. 2, n. 1, jan.-abr., 2017, p. 80 - 102.

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE FUTEBOL (CBF). **Regulamento Específico da Competição Campeonato Brasileiro da Série A 2019**. Disponível em:< https://conteudo.cbf.com.br/cdn/201902/20190226183451_971.pdf>. Acesso em: 24 de outubro de 2019.

CRISPIM, Antonio Carlos Rodrigues Tironi. Análise econômico-financeira dos clubes de futebol do Brasil. 2018. 43 f. Campinas, UNICAMP, 2018. Disponível em< <https://bit.ly/2JUv2YU>>. Acesso em: 15 de novembro de 2019.

CRUZ, Carlos Arthur da. Em 98, América-RN desbanca Vitória de Petkovic e conquista o Nordeste. **Globo Esporte**, 15 de julho de 2015. Disponível em:< <http://globoesporte.globo.com/rn/america-rn-100-anos/noticia/2015/07/em-98-america-rn-desbanca-vitoria-de-petkovic-e-conquista-o-nordeste.html>>. Acesso em: 18 out. 2019.

DAMATTA, Roberto. Antropologia do óbvio: notas em torno do significado social do futebol brasileiro. **Revista USP**, n. 22, p. 10-17, 30 ago. 1994.

DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (orgs.). **Métodos de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2011.

ERYS, Leonardo. Empresário afirma que o Barretão é o melhor local. **Tribuna do Norte**, 23 de fevereiro de 2013. Disponível em:< <http://www.tribunadonorte.com.br/noticia/empresario-afirma-que-o-barretao-e-o-melhor-local/243902>>. Acesso em: 25 de outubro de 2019.

_____. Há 20 anos, América-RN batia o Vitória e conquistava a Copa do Nordeste. América – RN, **Globo esporte**, 04 de junho de 2018. Disponível em:< <https://globoesporte.globo.com/rn/futebol/times/america-rn/noticia/ha-20-anos-america-rn-batia-o-vitoria-e-conquistava-a-copa-do-nordeste.ghtml>>. Acesso em: 17 de outubro de 2019.

_____. Balanço, planos e mudanças: América-RN comemora aniversário sem futebol. América – RN. **Globo esporte**, 13 de julho de 2018. Disponível em:< <https://globoesporte.globo.com/rn/futebol/times/america-rn/noticia/balanco-planos-e-mudancas-america-rn-comemora-aniversario-sem-futebol.ghtml>>. Acesso em: 09 de novembro de 2019.

FEDERAÇÃO NORTE-RIO-GRANDENSE DE FUTEBOL (FNF). **Histórico**, s/a. Disponível em:< <https://www.fnf.org.br/historico>>. Acesso em: 04 de setembro de 2019.

_____. Sugestão de pauta. **Pesquisa FNF/Smart**, 2015, 15 de janeiro de 2016. Disponível em:< <http://www.fnf.org.br/arquivos/numeros-da-pesquisa.pdf>>. Acesso em: 05 de novembro de 2019.

FLECHA, Angela Cabral; PONTELLO, Mathaeus Levy. Comportamento do torcedor do futebol. **PODIUM Sport**, v.4, n. 2, p.72-87, 2015.

FOLHA DA VITÓRIA. Copa do Mundo de 2014: cidades-sede, estádios, datas, mascote, países classificados. Esportes. **Folha da Vitória**, 13 de maio de 2014. Disponível em:< <https://www.folhavoria.com.br/esportes/noticia/05/2014/copa-do-mundo-de-2014-cidades-sede-estadios-datas-mascote-paises-classificados>>. Acesso em: 25 de outubro de 2019.

FOLHA DE SÃO PAULO. Em sua região, times nordestinos têm menos torcida do que Fla. Esporte. **Folha de São Paulo**, 17 de setembro. 2019. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/esporte/2019/09/em-sua-regiao-times-nordestinos-tem-menos-torcida-do-que-fla.shtml>>. Acesso em: 15 de novembro de 2019.

FONTES, Mário. América-RN empata com o Remo e cai para a Série D. **Torcedores**, 18 de setembro de 2016. Disponível em:< <https://www.torcedores.com/noticias/2016/09/america-rn-empata-com-o-remo-e-cai-para-serie-d>>. Acesso em: 27 de outubro de 2019.

FRAIMAN, Sérgio. Criatividade, vantagens e time vencedor. **Vermelho de paixão**, 20 de outubro de 2019. Disponível em:<<http://www.vermelhodepaixao.com.br/2019/10/criatividade-vantagens-e-time-vencedor.html>>. Acesso em: 14 de novembro de 2019.

GASPARINO, Henrique. **Estudo da transmissão esportiva na televisão brasileira**. 2013. 75 f. TCC (Graduação) - Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo, Universidade Estadual Paulista, Bauru - SP, 2013.

GALVÃO, Klênnyo. Taça Almir de 73: campeões lembram primeiro título regional do América-RN. **Globo Esporte**, 08 de julho de 2015. Disponível em:<<http://globoesporte.globo.com/rn/america-rn-100-anos/noticia/2015/07/taca-almir-de-73-campeoes-lembram-primeiro-titulo-regional-do-america-rn.html>>. Acesso em: 09 outubro de 2019.

GLOBOESPORTE.COM. América-RN tem início superior ao da última vez em que subiu à Série A. **Globo esporte**, 07 de julho de 2012. Disponível em:<<http://globoesporte.globo.com/rn/futebol/times/america-rn/noticia/2012/07/america-rn-tem-inicio-superior-ao-da-ultima-vez-em-que-subiu-serie.html>>. Disponível em: 25 de outubro de 2019.

_____. Confronto. **Globo esporte**, 07 de maio de 2016. Disponível em:<<http://globoesporte.globo.com/rn/futebol/campeonato-potiguar/jogo/07-05-2016/abc-america-rn/>>. Acesso em: 27 de outubro de 2019.

_____. Com histórico negativo, América-RN volta a mandar jogo no Barretão. **Globo esporte**, 22 de maio de 2018. Disponível em:<<https://globoesporte.globo.com/rn/futebol/times/america-rn/noticia/com-historico-negativo-america-rn-volta-a-mandar-jogo-no-barretao.ghtml>>. Disponível em: 26 de outubro de 2019.

_____. Acabou o ano: Eliminado da Série D, o América se despede de 2018. **Globo Esporte**, 10 de junho de 2018. Disponível em:<<https://globoesporte.globo.com/rn/futebol/times/america-rn/noticia/acabou-o-ano-eliminado-da-serie-d-america-rn-se-despede-de-2018.ghtml>>. Acesso em: 30 de outubro de 2019.

_____. Ídolos do América-RN matam saudade dos torcedores em amistoso beneficente. Augusto X Futebol Clube. **Globo esporte**, 25 de novembro de 2018. Disponível em:<<https://globoesporte.globo.com/rn/blogs/augustox/post/2018/11/25/idos-dos-america-rn-matam-saudade-dos-torcedores-em-amistoso-beneficente.ghtml>>. Acesso em: 21 de outubro de 2019.

GONÇALVES, Arnaldo. América-RN agoniza com elenco 'flutuante'. Notícias, **UOL**, 07 de setembro de 2007. Disponível em:<<https://www.uol.com.br/esporte/futebol/ultimas/2007/09/07/ult1334u1307.jhtm>>. Acesso em: 24 de outubro de 2019.

GUTERMAN, Marcos. **O futebol explica o Brasil**: uma história da maior expressão popular do país. - São Paulo: Contexto, 2009.

HAIR JR, Joseph F. CELSI, Mary W. ORTINAU, David J. BUSH, Robert P. **Fundamentos de pesquisa de marketing**; tradução Francisco Araújo da Costa. Porto Alegre: AMGH, 2014.

HOLDER, Caroline. Especial Natal 413 anos: 'Trampolim da Vitória' dos EUA na 2ª Guerra. Rio Grande do Norte, **G1**, 24 de dezembro de 2012. Disponível em:< <http://g1.globo.com/rn/rio-grande-do-norte/noticia/2012/12/natal-trampolim-da-vitoria-dos-eua-durante-segunda-guerra-mundial.html>>. Acesso em: 04 de outubro de 2019.

LEAL, João Victor. É do povo: torcida do América protesta pelo direito ao futebol popular. **Agência Saiba Mais**, 29 de abril de 2018. Disponível em:< <https://www.saibamais.jor.br/futebol-e-do-povo-torcida-do-america-rn-protesta-pelo-direito-ao-futebol-popular/>>. Acesso em: 30 de outubro de 2019.

LOPES, Everaldo. Estadual veio três anos após a fundação dos clubes. Tribuna do Norte, 01 de novembro de 2015. Disponível em:< <http://www.tribunadonorte.com.br/noticia/estadual-veio-tra-s-anos-apa-s-fundaa-a-o-dos-clubes/302926>>. Acesso em: 04 de outubro de 2019.

_____. 100 anos de bola rolando. - Natal: **Offset**, 2017.

MALESON, Roberto. LIMA, Thiago. Perto dos 150 mil sócios-torcedores, Flamengo lidera ranking no Brasil; veja top-20. Futebol. **Globo esporte**, 30 de outubro de 2019. Acesso em: 09 de novembro de 2019.

MANTOS DO FUTEBOL. Marcas próprias batem recorde de participação no Brasileirão. Marketing. **Mantos do Futebol**, 24 de janeiro de 2019. Disponível em:< <https://mantosdofutebol.com.br/2019/01/marcas-proprias-batem-recorde-participacao-brasileirao/>>. Acesso em: 09 de novembro de 2019.

MELO, Veríssimo de. **Xarias e canguleiros**: ensaios de folclore e antropologia social aplicada. Natal: Imprensa Universitária, 1968.

MEMORIAL DO DRAGÃO. **Campeão potiguar**, 29 de janeiro de 2008. Disponível em:< <http://memorialdodragao.blogspot.com/2008/01/>>. Acesso em: 17 de outubro de 2019.

MOTA, Alexandre. Título do Fortaleza na Copa do Nordeste coroa década vitoriosa do futebol cearense. **Diário do Nordeste**, 29 de maio de 2019. Disponível em:< <https://diariodonordeste.verdesmares.com.br/editorias/jogada/online/titulo-do-fortaleza-na-copa-do-nordeste-coroa-decada-vitoriosa-do-futebol-cearense-1.2104987>>. Acesso em: 09 de novembro de 2019.

NESTROVSKI, Sofia. Torcida – Léxico, **Nexo Jornal**, 28 de agosto de 2017. Disponível em:< <https://www.nexojournal.com.br/lexico/2017/08/28/Antes-de-existir-a-torcida-existiam-as-torcedoras>>. Acesso em: 11 de novembro de 2019.

NO MINUTO. Obra de arquibancada é concluída e aumenta a capacidade do Nazarenão. **No Minuto**, 02 de fevereiro de 2012. Disponível em:< <https://nominuto.com/noticias/esporte/obra-de-arquibancada-e-concluida-e-aumenta-a-capacidade-do-nazarenao/81523/>>. Acesso em: 26 de outubro de 2019.

OESTE NEWS. **Jogos do América em competições nacionais**, 25 de novembro de 2010. Disponível em:< <http://jotaemeshon-americanacionais.blogspot.com/>>. Acesso em: 24 de outubro de 2019.

OGOL. **América-RN: todos os jogos**, 1997. Disponível em:< https://www.ogol.com.br/team_matches.php?ond=c&compet_id_jogos=51&ved=&ano=1997&comfim=0&id=2616&equipa_1=2616&menu=allmatches&type=year&op=ver_confronto>. Acesso em: 17 de outubro de 2019.

_____. **América-RN: série B**, 2006. Disponível em:< https://www.ogol.com.br/edicao_calendario.php?id_edicao=1414&equipa=2616&fase_in=10721>. Acesso em: 21 de outubro de 2019.

_____. **América-RN: Copa do Nordeste**, 2014a. Disponível em:< https://www.ogol.com.br/equipa_competicao.php?id_comp=921&id_epoca=143&op=&id_equipa=2616&id_jogo=0>. Acesso em: 26 de outubro de 2019.

_____. **América-RN: Copa do Brasil**, 2014b. Disponível em:< https://www.ogol.com.br/equipa_competicao.php?id_comp=260&id_epoca=143&op=&id_equipa=2616&id_jogo=0>. Acesso em: 26 de outubro de 2019.

OP9. Alisson Ferreira, autor do gol do título do América se emociona ao falar da carreira. Esportes RN. **OP9**, 25 de abril de 2019. Disponível em:< <https://www.op9.com.br/blogs/blog-do-marcos-lopes/alisson-ferreira-autor-do-gol-do-titulo-do-america-se-emociona-ao-falar-da-carreira/>>. Acesso em: 03 de novembro de 2019.

PC FILHO. Sobre a origem da palavra "torcedor". **Jornalheiros**, 14 de agosto de 2017. Disponível em:< <http://jornalheiros.blogspot.com/2017/08/sobre-a-origem-da-palavra-torcedor.html?sref=tw>>. Acesso em: 11 de novembro de 2019.

PEREIRA, Canindé. Em dia de festa, primeira etapa da Arena América é inaugurada. Arena América. **América de Natal**, 22 de setembro de 2019. Disponível em:< <http://www.americadenatal.com.br/noticias/em-dia-de-festa-primeira-etapa-da-arena-america-e-inaugurada>>. Acesso em: 06 de novembro de 2019.

PREFEITURA DO NATAL. **Natal antiga**, s/a. Disponível em:< <https://www.natal.rn.gov.br/fotos/index.php?id=7&nm=natal%20antiga>>. Acesso em: 04 de outubro de 2019.

PREFEITURA DO NATAL. **Compromisso com a cidade**, ano II, n. III, janeiro de 2007.

QUADRO DE MEDALHAS. História do Campeonato Brasileiro de Futebol. **Quadro de Medalhas**, s/a. Disponível em: <<http://www.quadrodemedalhas.com/futebol/campeonato-brasileiro/historia-do-campeonato-brasileiro-de-futebol.htm>>. Acesso em: 24 de outubro de 2019.

SANTOS, Thaís Machado. **Elas também torcem**: um estudo exploratório com jovens torcedoras do ABC. 90p. Monografia (Graduação em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda) – Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2019.

SR.GOOOL. Público por rodada em 2012. América de Natal. **Sr. Gool**, 2012. Disponível em: <<http://www.srgool.com.br/clubes/America-de-Natal-RN#publico>>. Acesso em: 23 de outubro de 2019.

SR.GOOOL. Público por rodada em 2014. América de Natal. **Sr. Gool**, 2014a. Disponível em: <<http://www.srgool.com.br/clubes/America-de-Natal-RN#publico>>. Acesso em: 26 de outubro de 2019.

SR.GOOOL. Jogos. Campeonato Brasileiro, série B, 2014. América de Natal. **Sr. Gool**, 2014b. Disponível em: <http://www.srgool.com.br/clubes/America-de-Natal-RN#lista_jogos>. Acesso em: 26 de outubro de 2019.

SR. GOOOL. Jogos. Campeonato Brasileiro, série D, 2019. América de Natal. **Sr. Gool**, 2019. Disponível em: <http://www.srgool.com.br/clubes/America-de-Natal-RN#lista_jogos>. Acesso em: 03 de novembro de 2019.

TATUTOM SPORTS. Em noite de André Neles, América goleia Potiguar por 5 a 0. **Blog Tatutom Sports**, 23 de abril de 2011. Disponível em: <http://blogtatutomsports.blogspot.com/2011_04_17_archive.html>. Acesso em: 25 de outubro de 2019.

TORQUATO, Rogério. Estádio Machadão completa 37 anos. **Nominuto**, 04 de junho de 2009. Disponível em: <<http://www.nominuto.com/noticias/esporte/estadio-machadao-completa-37-anos/32979/>>. Acesso em: 30 de setembro de 2019.

_____. Conheça um pouco da história do Estádio Juvenal Lamartine. Esporte. **Nominuto**, 01 de maio de 2011. Disponível em: <<http://www.nominuto.com/noticias/esporte/conheca-um-pouco-da-historia-do-estadio-juvenal-lamartine/71117/>>. Acesso em: 11 de setembro de 2019.

TRINDADE, Marcos. Média de público de ABC e América na B. **Blog do Trindade**, 02 de dezembro de 2009. Disponível em: <<http://datatrindade.blogspot.com/2009/12/media-de-publico-de-abc-e-america-na-b.html>>. Acesso em: 21 out. 2019.

_____. Imagens do Castelão/Machadão. Blog do Trindade, 20 de janeiro de 2014. Disponível em:< <http://datatrindade.blogspot.com/2014/01/imagens-do-castelaomachadao.html>>. Acesso em: 09 de outubro de 2019.

UOL. Atlético-MG cede empate ao América-RN, que fica com a 4ª vaga. Notícias, **UOL**, 25 de novembro de 2006. Disponível em:< <https://www.uol.com.br/esporte/futebol/ultimas/2006/11/25/ult59u107816.jhtm>>. Acesso em: 21 de outubro de 2019.

_____. Arena América. Esporte. **UOL**, 27 de janeiro de 2012. Disponível em:< <https://www.uol.com.br/esporte/futebol/album/2012/01/27/arena-america.htm?mode=list&foto=4>>. Acesso em: 05 de novembro de 2019.

VERMELHO DE PAIXÃO. Carreata: mais de 130 carros cadastrados! **Vermelho de paixão**, 23 de novembro de 2011. Disponível em:< <http://www.vermelhodepaixao.com.br/2011/11/carreata-mais-de-130-carros-cadastrados.html>>. Acesso em: 21 de outubro de 2019.

WIKIPÉDIA. **Temporadas do América Futebol Clube (Rio Grande do Norte)**, s/a. Disponível em:< [https://pt.wikipedia.org/wiki/Temporadas_do_Am%C3%A9rica_Futebol_Clube_\(Rio_Grande_do_Norte\)](https://pt.wikipedia.org/wiki/Temporadas_do_Am%C3%A9rica_Futebol_Clube_(Rio_Grande_do_Norte))>. Acesso em: 14 de outubro de 2019.

_____. Arena das Dunas, 2014. Disponível em:< https://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:Arena_das_Dunas,_Natal,_Brazil.jpg>. Acesso em: 27 de outubro de 2019.

ZIRPOLI, Cassio. A projeção máxima sobre as cotas de TV do Campeonato Brasileiro de 2019. **Cassio Zirpoli**, 12 de novembro de 2018. Disponível em:< <http://cassiozirpoli.com.br/a-projecao-maxima-sobre-as-cotas-de-tv-do-campeonato-brasileiro-de-2019/>>. Acesso em: 15 de novembro de 2019.