

Impactos das Tecnologias nas Ciências Humanas e Sociais Aplicadas

2

Francisca Júlia Camargo Dresch
(Organizadora)



 **Atena**
Editora

Ano 2018

Francisca Júlia Camargo Dresch
(Organizadora)

Impactos das Tecnologias nas Ciências Humanas e Sociais Aplicadas 2

Atena Editora
2018

2018 by Atena Editora

Copyright © da Atena Editora

Editora Chefe: Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Diagramação e Edição de Arte: Geraldo Alves e Natália Sandrini

Revisão: Os autores

Conselho Editorial

Prof. Dr. Alan Mario Zuffo – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília
Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná
Prof. Dr. Darllan Collins da Cunha e Silva – Universidade Estadual Paulista
Profª Drª Deusilene Souza Vieira Dall’Acqua – Universidade Federal de Rondônia
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná
Profª Drª Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Profª Drª Juliane Sant’Ana Bento – Universidade Federal do Rio Grande do Sul
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Prof. Dr. Jorge González Aguilera – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)

I34 Impactos das tecnologias nas ciências humanas e sociais aplicadas
2 [recurso eletrônico] / Organizadora Francisca Júlia Camargo
Dresch. – Ponta Grossa (PR): Atena Editora, 2018. – (Impactos
das Tecnologias nas Ciências Humanas e Sociais Aplicadas; v.2)

Formato: PDF
Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader
Modo de acesso: World Wide Web
Inclui bibliografia
ISBN 978-85-85107-75-8
DOI 10.22533/at.ed.758180511

1. Ciências sociais aplicadas. 2. Humanidades. 3. Tecnologia.
I. Dresch, Francisca Júlia Camargo. II. Título.

CDD 370.1

Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores.

2018

Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

www.atenaeditora.com.br

APRESENTAÇÃO

Me coube a apresentação deste exemplar cuja tarefa é a de estabelecer uma linha de raciocínio dos textos que aqui constituem os 25 capítulos desta obra. Após a leitura cuidadosa dos artigos submetidos, procurei conexões entre os contextos e as dimensões que poderiam sequenciar as discussões – trouxe a reflexão Sociológica que definem a vida humana na Terra através da produção de bens e serviços, refletidas na organização social, econômica, política, histórica, educacional, ambiental, cultural expressas pelas relações biopsicossociais do humano em seus ambientes.

Deste modo, poderíamos interrogar se nascemos ou nos tornamos humanos? A pergunta nos remete primeiramente a reflexão filosófica – em que momento inicia a vida sabendo que dependerá da abordagem selecionada, não há uma definição única que seja capaz de defini-la assertivamente. Podemos tentar explicar pela Religião, pelo Direito, e/ou pelas Correntes Filosóficas. Então, simplificamos vida é o oposto da morte, resulta do movimento contraditório que repousa na certeza de que vivendo estamos nos aproximando da morte. E para as ciências sociais, nascemos biologicamente humanos e nos tornamos humanos ao viver em sociedades e, nelas aprendemos agir moral e eticamente.

O desenvolvimento tecnológico atual nos situa na Era da Informática e das Comunicações. Tais características têm possibilitado registros inovadores na história humana. Nos interessa pontuar que o paradigma Neoliberal empregado para o permanente crescimento econômico que estabelece os padrões de consumo é o mesmo identificado no esgotamento dos recursos naturais, especialmente ao refletir o distanciamento entre *“os que acumulam, dos que nada possuem”*. Ora se o Planeta dá sinais de esgotamento e se as relações sociais apontam para a exploração sem precedentes, nos parece lógico também pensar na responsabilidade social como alternativa de sustentabilidade entre o educar para produzir e o papel das tecnologias para desenvolver a cidadania.

Portanto a obra Impactos das Tecnologias nas Ciências Humanas e Sociais Aplicadas 2, defende que a vida é patrimônio a ser preservado. Reúne debates acerca de pesquisas empregadas nas organizações produtivas a partir das políticas que permeiam processos de ensino e aprendizagem das instituições sociais. A cada autor, nossos agradecimentos a submissão de seus estudos na Editora Atena. Aos leitores, desejo proveitosa reflexão na trajetória apresentada

Francisca Júlia Camargo Dresch

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1	1
VANTAGEM COMPETITIVA EMPRESARIAL PELO USO DE SACOS DE PÃES ECOLÓGICOS POR PANIFICADORAS DE QUIXADÁ – CE.	
José Cazuza Lopes Neto Valter de Souza Pinho Marcos James Chaves Bessa Sérgio Horta Mattos Danielle Rabelo Costa	
CAPÍTULO 2	10
A GOVERNANÇA AMBIENTAL E AS COMPRAS PÚBLICAS SUSTENTÁVEIS NA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA FEDERAL	
Anaítes Maria de Moraes Silva Jaíra Maria Alcobaça Gomes	
CAPÍTULO 3	28
A GESTÃO DE COMUNICAÇÃO <i>OMNICHANNEL</i> À PARTIR DOS EFEITOS DA TECNOLOGIA NUMA SOCIEDADE PLURAL, INOVADORA E PARTICIPATIVA.	
Ligia Fagundes	
CAPÍTULO 4	42
ANÁLISE DA PAISAGEM RURAL DO MUNICÍPIO DE MARIALVA – PR: A EMPRESA BSBIOS COMO AGENTE INDUTOR DA PAISAGEM	
Isadora Pinheiro Lucas César Frediani Sant’ana	
CAPÍTULO 5	57
CONSÓRCIO PÚBLICO INTERMUNICIPAL: UMA ALTERNATIVA VIÁVEL PARA A GESTÃO E O GERENCIAMENTO DE RESÍDUOS SÓLIDOS EM PEQUENOS MUNICÍPIOS	
Tassiana Justino Fernandes Maria das Graças de Lima	
CAPÍTULO 6	72
A REPRESENTAÇÃO SOCIAL DA IDENTIDADE DO PROFESSOR UNIVERSITÁRIO, SOB O OLHAR DOS ACADÊMICOS EM INSTITUIÇÕES DE ENSINO PRIVADAS.	
Eudes Cristiano Vargas Larissa Siqueira Camargo Sandra de Cássia Franchini Leticia Grazielle Roque Adriano Pereira Cardoso Dênis Martins de Oliveira	
CAPÍTULO 7	87
A EXPANSÃO DOS CURSOS PRIVADOS PRESENCIAIS DE SERVIÇO SOCIAL EM SALVADOR-BA: IMPACTOS PARA DISCENTES E DOCENTES	
Adriana Freire Pereira Férriz, Taís Ana de Oliveira, Thainan de Albuquerque e Santos,	

CAPÍTULO 8	103
A COLETIVIDADE DOCENTE NA ELABORAÇÃO DE UM PROJETO DIDÁTICO-PEDAGÓGICO PARA A EDUCAÇÃO AMBIENTAL	
Paulo Vitor Teodoro de Souza Hélder Eterno da Silveira Iara Maria Mora Longhini	
CAPÍTULO 9	116
O CONTEXTO VIOLENTO DO ESTADO CAPITALISTA E O BULLYING	
Giovanna Back	
CAPÍTULO 10	129
O USO DOS PRINCÍPIOS DO DESIGN DE INTERIORES NA HUMANIZAÇÃO DA CASA DE APOIO	
Rubia Maiara Silva Marcon Larissa Siqueira Camargo	
CAPÍTULO 11	141
TEORIAS DE APRENDIZAGEM DE SEGUNDA LÍNGUA: UMA ANÁLISE CRÍTICA	
Laysa Cristina de Oliveira	
CAPÍTULO 12	153
USO DO KAHOOT COMO FERRAMENTA DE APRENDIZAGEM	
Ernane Rosa Martins Wendell Bento Geraldes Ulisses Rodrigues Afonseca Luís Manuel Borges Gouveia	
CAPÍTULO 13	160
O USO DAS REDES SOCIAIS NA CONSTRUÇÃO DO CONHECIMENTO	
Juliana Santos Alves Paulo Sergio Machado Leila Maria Araújo Santos	
CAPÍTULO 14	168
TECNOLOGIAS MÓVEIS EM CONTEXTO EDUCATIVO	
Ernane Rosa Martins Wendell Bento Geraldes Ulisses Rodrigues Afonseca Luís Manuel Borges Gouveia	
CAPÍTULO 15	178
EVOLUÇÃO DOS ACIDENTES DE TRÂNSITO COM VÍTIMAS FATAIS EM ADULTOS JOVENS NO NOROESTE PARANAENSE	
Willian Augusto de Melo Maria Antonia Ramos Costa Neide Derenzo Verusca Soares de Souza Maria Dalva de Barros Carvalho	

CAPÍTULO 16	188
BIPOLARIDADE ESTADISTA-IDEOLÓGICA: ELIZABETH I E PONTIFICADO	
Giovana Eloá Mantovani Mulza	
CAPÍTULO 17	195
CONSIDERAÇÕES INICIAIS SOBRE A CONVENÇÃO JACOBINA NA REVOLUÇÃO FRANCESA	
William Geovane Carlos	
CAPÍTULO 18	205
ANÁLISE DE TENDÊNCIAS DO CONSUMO MEDIADO POR DISPOSITIVOS DIGITAIS NO MARKETING DE RELACIONAMENTO	
Guaracy Carlos da Silveira Fernando Augusto Carvalho Dineli da Cost	
CAPÍTULO 19	218
<i>CHILD OF THE DARK</i> : A PRESENÇA DA MULHER NEGRA NAS LITERATURAS TRADUZIDAS	
Tayza Cristina Nogueira Rossini Letícia Toniete Izeppa Bisconcim Wellington Júnior Jorge	
CAPÍTULO 20	229
INTERAÇÃO UNIVERSIDADE-EMPRESA NO BRASIL: MOTIVADORES E OBSTÁCULOS - UM ESTUDO MULTICASOS	
Vivien Mariane Massaneiro Kaniak	
CAPÍTULO 21	240
ANÁLISE DE ATIVIDADES LOGÍSTICAS: ESTUDO DE CASO EM UMA EMPRESA DO SETOR ALIMENTÍCIO DO NOROESTE PARANAENSE	
Renan Araújo de Azevedo Daniel Mantovani Aline Takaoka Alves Baptista Leandro Ferreira Pinto Amauri Henrique de Carvalho Júnior	
CAPÍTULO 22	252
O PROGRAMA DE EXCELENCIA NA EDUCAÇÃO BÁSICA E A SISTEMÁTICA DA GESTÃO DO CONHECIMENTO ESTRATÉGICO NAS ORGANIZAÇÕES ESCOLARES DE EDUCAÇÃO INFANTIL NA CIDADE DE SARANDI – PR	
Tânia Corredato Periotto Fabiana Azevedo Picanço Tamires Selini Gouveia	
CAPÍTULO 23	259
ESTUDOS DA LITERATURA SOB A VERTENTE DO LETRAMENTO: A LENDA DE RUFF GHANOR E O UNIVERSO MULTIMODAL	
Letícia Toniete Izeppa Bisconcim Tayza Cristina Nogueira Rossini Wellington Júnior Jorge	

CAPÍTULO 24271

ESPORTE, MÍDIA CONTEMPORÂNEA E (IN)VISIBILIDADE SOCIAL: ATUAÇÃO PROFISSIONAL COM AUXÍLIO DAS REDES SOCIAIS

Bruno Bember Lofiego
Afonso Antônio Machado

CAPÍTULO 25282

A CULINÁRIA UCRANIANA NA CIDADE DE PRUDENTÓPOLIS, PARANÁ: ASPECTOS DA IMIGRAÇÃO E A INFLUÊNCIA CULTURAL DAS COMIDAS TÍPICAS

Renan Valério Eduvirgem

SOBRE A ORGANIZADORA.....291

ESPORTE, MÍDIA CONTEMPORÂNEA E (IN) VISIBILIDADE SOCIAL: ATUAÇÃO PROFISSIONAL COM AUXÍLIO DAS REDES SOCIAIS

Bruno Bember Lofiego

Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (UNESP)

Programa de Pós Graduação em Desenvolvimento Humano e Tecnologias
Rio Claro, São Paulo

Afonso Antônio Machado

Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (UNESP)

Programa de Pós Graduação em Desenvolvimento Humano e Tecnologias
Rio Claro, São Paulo

RESUMO: Na contemporaneidade, não é mais possível classificar o esporte apenas como atividade biofisiológica. O fenômeno perpassa inúmeras relações, tais quais sociais, culturais e econômicas. Contudo, o que se apresenta na mídia, em geral, condiz apenas a pequena parcela da elite, relegando grande parte dos profissionais e demais classes envolvidas, o que gera nestes o sentimento de invisibilidade, exclusão e não pertencimento. O presente trabalho avaliou este fenômeno a partir da realidade de um clube de futebol profissional do interior de São Paulo que disputava a última divisão regional. Contou com a participação de 53 indivíduos neste contexto. A análise dos dados se deu na perspectiva qualitativa, a partir de metodologia participante e caráter

fenomenológico. Utilizou-se das mídias alternativas em uma ação que teve como intuito aproximar o atleta de sua imagem na atividade profissional, bem como analisar a repercussão que as mesmas provocaram no contexto emocional de todos os envolvidos.

PALAVRAS-CHAVE: desenvolvimento humano e tecnologias; estados emocionais; fenomenologia; facebook; futebol.

ABSTRACT: Is no longer possible to classify sport solely as a biophysiological activity in contemporary times. Phenomenon goes through innumerable relations, such as social, cultural and economic. However, what is presented in the media, in general, corresponds only to a small portion of the elite, relegating much of the professionals and other classes involved, which generates in them the feeling of invisibility, exclusion and non-belonging. Present study evaluated this phenomenon based on the professional soccer club's reality in the interior of São Paulo country that was disputing the last division. It counted on the participation of 53 individuals in this context. Data analysis was carried out in a qualitative perspective, based on participant methodology and phenomenological character. Alternative media was used in an action that aimed to bring the athlete closer to his image in the professional activity, as well as the repercussion caused in the emotional

context of all involved.

KEYWORDS: human development and technologies; emotional states; phenomenology; facebook; soccer.

1 | INTRODUÇÃO

A relação com esporte conquista espaço e relevância na sociedade atual, pois contempla um crescente mercado de produtos, bens e serviços. A presença é constante no dia a dia de qualquer cidadão inserido no mundo globalizado, como pontuam Assumpção, Sampaio, Caetano, Júnior e da Silva (2011). Perpassa as mais variadas relações, desde profissionais (caso de atletas, dirigentes, técnicos, preparadores físicos, fisioterapeutas, psicólogos e demais envolvidos que trabalham diretamente no meio) a relações interpessoais, de lazer, entretenimento, promoção de saúde, estética e demais variantes.

Estas relações citadas acima se adentram e subdividem-se, ainda, em áreas relacionadas à sociedade, educação, recreação, ideologia, política, cultura, economia e imaginário popular. Observa-se, portanto, que todo esse conjunto de áreas ultrapassa e supera a simples relação biofisiológica em que se aparenta a princípio (RUBIO, 2007). Deste modo, inserido em uma sociedade globalizada, o futebol moderno, por exemplo, envolve relações que transcendem até mesmo regras sociais, e nos dias atuais pode envolver seitas, gangsters, guerras culturais e mudanças de paradigmas, conforme discutido por Foer (2005).

Entretanto, grande parte da informação relacionada a vivências e realidades possíveis, neste amplo e complexo fenômeno que se tornou o esporte, é direcionada apenas a um público muito específico. Os dados expostos por dos Santos e Cardoso (2014) referente a gravações do programa televisivo “Globo Esporte”, um dos mais populares e influentes da mídia aberta brasileira, deixa claro que o foco de esporte transmitido é o futebol brasileiro masculino de elite, correspondendo a 89% do conteúdo do programa. Os 11% restantes dividem-se entre os outros esportes, com um pequeno destaque ao automobilismo, basquete e tênis.

Para além do recorte diretivo em relação aos esportes, ocorre a segregação clara dos demais públicos, como o de pessoas com deficiência, amadores, mulheres e juniores. Entre os excluídos, importa aqui destacar o público deste trabalho, que apesar de estar em parte entre o de maior exibição (atleta masculino de futebol profissional), também tem sua imagem relegada ao segundo plano por não exercerem sua atividade profissional em clubes considerados de elite. Este curioso fenômeno, de estar invisível e não ter a realidade conforme exibida nos meios de comunicação, mesmo pertencendo ao público destacado, pode ser analisado segundo estudos de Müller e Lamar (2014), onde apontam as reais perspectivas do mundo esportivo.

Considerando o informado por estes autores, que partiram de informações da

entidade máxima que regulamenta o esporte no Brasil (Confederação Brasileira de Futebol – CBF), dos 30.784 jogadores registrados na época como profissionais, 82% recebiam no máximo dois salários mínimos. Desta maneira, a base do esporte não tem o aporte financeiro para a vida de luxo atribuída comumente a profissão “jogador de futebol”. Na outra extremidade da pirâmide, apenas 2% dos atletas recebem mais de 20 salários mínimos.

Com isso, observa-se em dados reais que a estrutura do futebol profissional em muito diverge com o que se tem exibido e conseqüentemente conduz o imaginário popular a um caminho que a grande maioria nunca conhecerá. Com estes dados, também é possível notar a força e influência midiática no esporte contemporâneo, não sendo possível desconsiderar tal variável (RODRIGUES; MONTAGNER, 2015).

Adentrar ao mundo digital em busca de compreender como esta afeta o indivíduo e suas expectativas deve ser, portanto, levado em consideração. Assim como em situações presenciais, o ser humano tem seu desenvolvimento influenciado por colocações e exposições nesta grande rede que se tornou as diversas formas de mídia. Afinal, deslocando-se entre esses meios, constantemente encontra-se em espaço limítrofe e confuso entre o que é presencial e o que é virtual (MACHADO, 2014).

A complexidade desta influência das mídias ganha proporção ainda maior na segunda década do século XXI, onde cada cidadão inserido no mundo globalizado torna-se uma mídia a partir do acesso a grande rede. A comunicação e troca de mensagens instantâneas a partir do que ficou conhecido como “novas mídias”, impulsionada por tecnologias cada vez mais modernas, já é parte da rotina (HJARVARD, 2015).

No Brasil, por exemplo, projeta-se que para o fim de 2018 se tenha dois aparelhos celulares conectados para cada habitante (MEIRELLES, 2016). Estes *smartphones*, como são conhecidos os novos “celulares inteligentes”, popularizam a utilização de aplicativos e redes sociais a partir de acesso facilitado a internet. Já é natural interagir com o noticiário e até mesmo assistir a lances e comentar declarações esportivas no momento em que estas acontecem.

Em matéria divulgada através do Wall Street Journal (04/02/2013), o Brasil é classificado como país de atividade relevante quando se trata deste tipo de noticiário informal. Inclusive, sendo citado como “capital mundial das redes sociais” por sua potência. O país latino-americano conta com a segunda maior comunidade de usuários no *Facebook*®, atrás apenas dos Estados Unidos (país que o desenvolveu e onde é popular há mais tempo), tem a segunda maior comunidade em número de ativos no *YouTube*® e está entre os cinco que mais utilizam o *Twitter*® (CHAO, 2013)

Apesar da inegável força destas novas mídias, percebe-se que mesmo com maior acesso e número de notícias, muito do que se tem não supera a mera reprodução de notícias formuladas por empresas que detêm a grande mídia e seu maquinário (ROSO; GUARESCHI, 2007). Conseqüentemente, dependentes ou ligados ao capital e seus interesses. Em outras palavras, isso acaba por manter os mesmos atletas na

elite e sustentar os mesmos sonhos de quem está na base, o que contribui para a abundante mão de obra barata e público ativo sustentando o esporte mercadológico (ALMEIDA, 2015).

Desta forma, para uma atuação profissional eficiente, é necessário também compreender como este ser humano atual comporta-se e equilibra-se em meio a todas estas questões em seu dia a dia. Atuar pautado no esporte democrático com foco nesta realidade vivida, para além do ideal midiático, vem sendo um desafio a estudiosos das diversas áreas e vertentes que envolvem atividades esportivas.

Entre as áreas de pesquisa e atuação nas questões ligadas a comportamento e esporte, encontra-se a Psicologia do Esporte. Machado (2000) pontua esta área de estudo e prática como a transposição da teoria e da técnica de várias especialidades e correntes psicológicas aplicadas ao contexto esportivo. Seja no que se refere à construção real de perfis esportivos, seja no uso de técnicas de intervenção para maximizar o rendimento.

Segundo Kunz (2000), o estudo e atuação neste fenômeno sociocultural complexo, no qual se tornou o esporte, deve ser visto em três níveis de análise: representação prática; representação da imagem midiática; representação simbólica. No contexto do futebol, direcionamento optado no presente artigo, cabe pensar: Como este atleta pratica o esporte? Como a mídia transmite essa prática? Como o imaginário simbólico deste atleta atua e influencia sua performance?

Embora seja possível observar níveis de análise em diversas teorias e perspectivas mesmo dentro da Psicologia do Esporte, este trabalho realizou-se com base na Psicologia Fenomenológica clássica proposta por Husserl (2001). Esta perspectiva prediz não partir de pré-análises, mas da suspensão de conhecimentos e julgamentos prévios a fim de enfatizar a experiência singular dos indivíduos (aqui, atletas base do trabalho), conforme leitura de Bello (2000). Consequentemente, o acesso aos fenômenos visou abarcar toda sua forma de apresentação no contexto observado para que, então, a possibilidade de descrição fosse possível.

A partir das observações realizadas, a presente pesquisa, de caráter qualitativo e metodologia participante, apontou a atuação positiva da psicologia no contexto de um clube de futebol profissional do interior paulista. Através de redes sociais, apresentou a realidade que não é exibida e tão pouco levada em consideração, seja pela mídia, seja pela sociedade, e estados emocionais de jogadores de um clube de futebol de última divisão profissional.

2 | PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

2.1 Participantes

A coleta de dados ocorreu em uma cidade do interior paulista com cerca de 200 mil habitantes, nas dependências de um clube de futebol que disputava a última

divisão regional. A atividade contou com a participação de 53 indivíduos, de maneira direta e indireta, todos maiores de 18 anos. A saber: 27 atletas do clube; dois dirigentes; técnico e auxiliar técnico; dois preparadores físicos; um fisioterapeuta; um massagista; um porteiro; 17 integrantes na soma de duas torcidas organizadas. Além destes, o psicólogo da equipe, na atividade de pesquisador-participante.

2.2 Instrumentos

Os instrumentos utilizados foram seis câmeras filmadoras profissionais, editor de vídeo, redes sociais *Youtube*®, *Facebook*®, *Instagram*® e bloco de nota para anotações pessoais do pesquisador-participante. A coleta de dados foi realizada em dois dias de atividades regulares do clube em suas dependências. Torcedores, seguindo a rotina do clube, acompanharam e gravavam as atividades realizadas regularmente, bem como depoimentos e interações diretas, onde atletas convocavam toda torcida a comparecer e prestigiar o time no próximo jogo oficial.

2.3 Procedimentos teóricos

A pesquisa qualitativa, participante, de proposta aberta e abordagem fenomenológica baseou-se nos indicativos de Brandão (2011) e Husserl (2001). Isso significou uma intervenção em acordo com a realidade vivenciada, a fim de superar a aparência e captar a verdadeira essência do fenômeno em questão. Para tanto, ficou estipulada a observação participante e suspensão de conhecimentos prévios ou busca por equivalência de resultados para com determinado conceito dos autores.

2.4 Ética em pesquisa

A proposta adequou-se a todos os critérios éticos para este tipo de pesquisa segundo as normas internacionais e as vigentes no Comitê de Ética em Pesquisas com Seres Humanos da Universidade em que o pesquisador se encontrava vinculado a um programa de pós-graduação. Todos os participantes assinaram termo de consentimento livre e esclarecido. Suas identidades foram aqui preservadas e a divulgação dos dados coletados para pesquisa somente foram divulgados devido livre participação e autorização dos diretores/responsáveis legais envolvidos.

3 | RESULTADOS

A proposta, envolvendo atividade profissional e visibilidade, teve seu início por meio de mensagem postada via página da equipe no *Facebook*® e *Instagram*®. A mensagem convidava torcedores a conhecer a rotina do clube e mostrar acolhimento para com o clube nesta fase pré decisão. Obteve-se, a partir dela, contato com representantes das duas torcidas organizadas do time, direcionamento interpretado como mais próximo e que causaria maior mobilização em curto prazo, visto que o jogo

decisivo estava a menos de uma semana.

No avançar do diálogo, representantes das torcidas se dispuseram a comparecer as dependências do clube. Os encontros resultariam em um vídeo para a página principal gerida por torcedores da cidade, onde havia representantes das duas organizadas. Muitos disseram que gostariam de participar mais ativamente do cotidiano do clube a tempos, pois pouco ou nada era comentado na mídia. Restava ao torcedor informações apenas em dias de jogos ou da escassa informação de boletins locais.

Nesta ação, foi possível observar a velocidade em que ocorre a comunicação a partir das novas mídias e tecnologias: em menos de dois dias, a programação foi construída com dirigentes do clube e torcedores, bem como a união das duas torcidas organizadas da cidade foi estabelecida para aquele momento. Ficou acordado que torcedores poderiam assistir aos treinos da equipe e registrar as atividades em câmeras próprias, bem como interagir com os atletas em momentos oportunos.

Em dois dias dia de coleta de dados e imagens, foi realizado cinegrafia de: entrevistas informais com atletas e demais funcionários envolvidos; treinos táticos e técnicos; atividades físicas em academia; reconhecimento das dependências; visita ao alojamento dos atletas, a sala de fisioterapia e direção do clube. Após o término, foi realizado, na sala de imprensa do clube, um breve encontro entre grande parte dos envolvidos. Em clima descontraído, foram comentadas as melhores cenas e que, portanto, deveriam aparecer no vídeo de chamada.

No dia seguinte a finalização desta atividade com participação interna da torcida, foi publicado um vídeo principal na página oficial dos torcedores do clube via *YouTube*®, compartilhado nas redes sociais *Facebook*® e *Instagram*®, conforme estabelecido. A publicação nas redes sociais feita por torcedores possibilitou uma maneira de aproximar os organizadores do site (torcedores) e clube.

Por consequência, ocorreu maior interesse também nos demais seguidores do canal e o público atingido por seus comentários e compartilhamentos. A partir deste contato próximo, foi possível aos atletas expor as reais condições físicas e emocionais em que se encontravam naquele dado momento. Aos atletas, foi possível notar o apoio de pessoas que estão para além de seus contatos pessoais nas redes sociais.

Como resultados estatísticos, observou-se que o vídeo divulgado na página não oficial mais popular entre torcedores tornou-se, em apenas quatro dias, o mais visualizado da *Fan Page* até então, com 2.334 visualizações. Recebeu 82% mais “curtidas” (151 *likes*) que o segundo mais “curtido” (83 *likes*). Ficou entre os três mais “compartilhados” (36 publicações) e foi o mais comentado.

Todos os “comentários” recebidos (33 diferentes na página principal, sem contar os em páginas compartilhadas) foram em forma de apoio aos atletas e ao clube e/ou a iniciativa nas redes sociais. Na partida seguinte ao vídeo, o estádio contou com o maior público do ano, superior em mais de quatro vezes (7.021 pessoas) quando comparado ao jogo anterior na cidade (1.483 pessoas), o que aponta maior engajamento e divulgação da partida na cidade.

Para além destes resultados quantificados, foi possível observar, através da perspectiva participante, que o clima de tensão próprio da véspera de um jogo decisivo foi amenizado e o sentimento de autoconfiança potencializado, bem como o sentimento de grupo e objetivo comum. O clube reconheceu sua atividade profissional de maneira mais nítida e valorizada a partir desta vivência, gerando ambiente interno de apoio e incentivo mútuo.

A atividade, inclusive, chamou a atenção da principal equipe televisiva da região, que realizou atividade de atenção direta ao comparecer nas dependências do time a fim de entrevistar atletas e diretores. A emissora comentou e exibiu em sua programação o vídeo publicado nas redes sociais, bem como engrandeceu a popularidade que o clube ganhou nos dias posteriores a atividade na grande rede e também convidou o público para próximo jogo.

Ficou evidente, a partir desta experiência, a relevância e importância das mídias no desenvolvimento da imagem pessoal dos atletas, e como isso permeava as relações desenvolvidas, bem como motivação pessoal e coletiva. A partir desta observação dentro do contexto de tensão gerado por proximidade a um jogo decisivo, a atividade envolvendo valorização e incentivo teve também seu objetivo cumprido em dados observáveis, visto que o clube conseguiu atingir o resultado esperado mesmo sofrendo o primeiro gol e atingiu a pontuação necessária que contemplou o acesso de divisão.

4 | DISCUSSÃO

Como reflexo desta atividade, foi possível notar que relações incorporadas culturalmente por vezes passam despercebidas em análise e atuação, e um campo que deveria ser tido por base é renegado ao plano de fundo. Conforme pontua Machado (2014), o estudo e atuação neste mundo globalizado deve adentrar a significação individual das vivências e as novas tecnologias que cercam o fenômeno. Nos resultados aqui expostos, tanto atletas quanto torcedores puderam encontrar sentido de maneira positiva ao momento em que o clube se encontrava, de reestruturação e necessidade de visibilidade e apoio.

Foi possível observar que a falta do que conhecemos como “visibilidade” através das redes sociais, foi equivalente a ausência de uma experiência de valorização do trabalho e de sua participação no mundo. Desta maneira, os envolvidos encontravam-se invisíveis e descartados em uma cultura de consumo, conforme pontua Silva (2015). Inseridos no meio digital, encontravam sua atividade em atletas de outros clubes, mas não sua imagem e atividade em seu meio e contexto. Isso gera a sensação de inadequação, de acordo com os estudos de Araújo (2012). Afinal, realizam a atividade, mas não recebem o retorno que entendem como o natural dos grandes meios de comunicação.

Antunes (2015) propõe reflexão de sentido do trabalho a partir de análise da hegemonia e reprodução de ideologias postas pela classe dominante. Esta, que domina a grande mídia e o valor de uso das coisas, distancia o trabalhador real do trabalhador que propõe como ideal. Assim, como visto a identidade pessoal ou imagem de si que o indivíduo julga corresponder, encontra-se distante. Isso gera os mais variados sentimentos de inferioridade. Entre eles, por exemplo, muitos não se viam como “jogador de verdade”.

A atividade desenvolvida demonstra a relevância da pesquisa participante e proposta aberta, pois somente assim foi possível apreender o fenômeno, todo seu desdobramento e intervir para aquele dado contexto, conforme proposta de pesquisa qualitativa apontada por Monteiro (2016). O objetivo do trabalho foi atingido, tendo em vista a proposta de pesquisa baseada na fenomenologia clássica explanada por Goto (2014). Por meio da atividade e análise dos dados coletados, foi possível explorar a vivência e compreender como as unidades de sentido pessoais se configuram em um clube de última divisão regional.

A perspectiva fenomenológica proporcionou suporte ao analisar de maneira próxima o conjunto e indivíduo nos mais diferentes aspectos, conforme propõe Maldonato (2014). Foi possível ter acesso aos envolvidos também no contexto de jogo decisivo. A metodologia permitiu, ainda, ao pesquisador elementos de base para compreensão integral daqueles atletas naquela condição de esportista profissional com realidade pouco ou nada divulgada. Levou em conta sua trajetória no meio esportivo e nos demais aspectos pessoais que construíram sua estrutura, tendo em vista o trajeto existencial, contextual e temporal, conforme delimitado por Bello (2006).

Compreender a vivência não significou abstrair o fenômeno ou tentativa de significá-lo a partir de idealização, mas sim delinear o elemento de sua essência em que a manifestação é em sentido pleno. Não se tratou de reduzir a fatores isolados. Tratou-se de observar o que se vive individualmente para que assim pudesse entrar em contexto com a situação manifestada a todos do grupo, conforme indica Valério e Barreira (2015). Partindo deste pressuposto, pode-se compreender o ocorrido com a invisibilidade nas redes sociais e assumir posicionamentos interventivos.

Importa destacar que o percurso traçado para investigação se delineou através do sentido de consciência, que é sempre consciência de alguma coisa. Fez-se necessário não apenas retratar a intervenção, mas estar atento da mesma forma a sua amplitude de possibilidade, que envolve diferentes estruturas e sentidos presentes segundo as experiências anteriores de cada um dos envolvidos. Somente assim será possível estudar o fenômeno de maneira ampla, como indica Bello (2000). Desta forma, a interação com a torcida e demais funcionários do time, integrantes do fenômeno, também se mostrou como necessária e potencialmente influente na ressignificação estrutural.

5 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

Assim como o ser humano da segunda metade do Século XXI, o esporte vem de constantes progressos e mudanças sociais, promovendo espetáculos e adequando-se ao ideal de proposta do capital vigente. Com isso, a prática de grande parte da população, desprovida das condições da elite expostas na grande mídia, torna-se invisível. Conseqüentemente, o indivíduo que se encontra nessas condições não vê valorização em sua atividade e se entende como a margem da sociedade, mesmo sendo base, e mantém o sonho improvável de um dia atingir o patamar televisivo através do esporte. Afinal o fenômeno é exaustivamente divulgado.

A vivência a partir da realidade em que se encontra, então, torna-se conflito para o atleta tanto em condições materiais, devido baixo salário, quanto psicológicas, por conta desta desvalorização social. Na contemporaneidade mundial, com este exemplo, observa-se que a mídia se tornou um agente que molda ideais, influencia direcionamentos e desejos. Sobretudo nos canais abertos de televisão, de acesso popular, grande parte do tempo destinado a esportes direciona-se ao futebol masculino de elite e seu sucesso financeiro, excluindo os demais esportes e futebolistas.

A complexidade, inclusive, sobrepõe à mídia tradicional e adentra, as não tradicionais, populares a partir das redes sociais. Embora de maior liberdade, pois cada cidadão pode ser um meio de comunicação, este privilégio disposto na grande rede na maior parte das vezes é subserviente a interesses mercadológicos, destoando em pouco ou nada do que é publicado em redes patrocinadas. Portanto, o atleta encontra-se em conflito ao perceber que está em segundo plano inclusive em sua própria rede.

Fundamentar a atividade de análise deste complexo fenômeno partindo da perspectiva fenomenológica significou recusa a simples revisão bibliográfica ou atuação em busca de equivaler o resultado com a literatura. Com tal postura, o artigo possibilitou observar aspectos essenciais da experiência em um clube de futebol profissional de divisão não noticiada e, ao mesmo tempo, realizou a partir da subjetividade individual, análises singulares dos estados emocionais dos pesquisados em questão.

O trabalho, todavia, ficou restrito a um último jogo de uma temporada, não sendo possível observar os resultados e conseqüências a médio/longo prazo com os atletas que ali atuaram. O número elevado de participantes também não permitiu uma análise vivencial minuciosa de cada envolvido, o que direcionou a análise a observação presenciada em campo pelo pesquisador-participante e análises dos vídeos e comentários virtuais.

Apesar das evidentes limitações desta atividade, pode-se notar que quando utilizadas para aproximar da realidade, criar, refletir e não meramente reproduzir, as novas mídias (redes sociais e páginas independentes) podem ser alternativas viáveis para quebra de monopólio da mídia tradicional. Considera-se a atividade nas mídias alternativas como oportunidade de o atleta encontrar-se na atividade, pouco ou nada exibida até então.

Visualizar o apoio recebido de todo o público, antes também sem visibilidade, foi outro ponto em que o artigo apresenta avanço. A utilização das páginas independentes, quando pautada na realidade vivida e não em mera reprodução, mostrou-se ferramenta relevante e eficaz na promoção de oportunidades. Podem ser promotoras de empatia, encontro, motivação e produção de sentido para a atividade. Cabe, desta maneira, maiores estudos neste sentido, aplicação em diferentes públicos e localidades dentro desta perspectiva ou demais propostas variantes, a fim de corroborar, dialogar ou problematizar com o que aqui foi descrito e apontar novos caminhos.

REFERÊNCIAS

ANTUNES, Ricardo. **Os sentidos do trabalho: ensaio sobre a afirmação e a negação do trabalho**. Boitempo Editorial, 2015.

ARAÚJO, Allyson Carvalho. TRANSFORMAÇÕES DO ESPORTE: Estética e regime de visibilidade (pós) moderno. **Pensar a prática**, v. 15, n. 3, 2012.

ASSUMPÇÃO, Luís Otávio Teles et al. Temas e questões fundamentais na sociologia do esporte. **Revista Brasileira de Ciência e Movimento**, v. 18, n. 2, p. 92-99, 2011.

ALMEIDA, Pedro. Futebol, Mercantilismo e Identidade no século XXI: Hegemonia e Contra-Hegemonia. In: **Forum Sociológico**. CICS. NOVA, 2015. p. 7-16.

BRANDÃO, Carlos Rodrigues. Repensando a pesquisa participante. In: **Repensando a pesquisa participante**. Brasiliense, 1985.

BELLO, Ângela Ales. **A fenomenologia do ser humano**. Tradução de Antonio Angonese, 2000.

BELLO, Ângela Ales. **Introdução à fenomenologia**. Edusc, 2006.

CHAO, Loretta. (2013, 04 de fevereiro). **Brazil: the social media capital of the universe**. The Wall Street Journal, 4 fev. 2013. Disponível em <<http://online.wsj.com/article/SB10001424127887323301104578257950857891898.html>> Acesso em: 20 jun. 2018.

DOS SANTOS, Clayton Araújo; CARDOSO, Lenize Villaça. Globo Esporte e futebol: Um estudo de caso. **Inovcom**, v. 6, n. 1, p. 24-40, 2014.

FOER, Franklin. **Como o futebol explica o mundo: um olhar inesperado sobre a globalização**. Zahar, 2005.

GOTO, Tommy Akira. **Introdução à psicologia fenomenológica: a nova psicologia de Edmund Husserl**. Pia Sociedade de São Paulo-Editora Paulus, 2014.

HJARVARD, Stig. Da Mediação à Miatização: a institucionalização das novas mídias. **Parágrafo: Revista Científica de Comunicação Social da FIAM-FAAM**, v. 3, n. 2, p. 51-62, 2015.

HUSSERL, Edmund. **Meditações cartesianas: introdução à fenomenologia**. Madras, 2001.

KUNZ, Elenor. Esporte: uma abordagem com a fenomenologia. **Movimento**, v. 6, n. 12, 2000.

MACHADO, Afonso Antônio. (2000) Psicologia do Esporte: seu enredo. In.: K. Rubio (org.) **Encontros**

e desencontros: descobrindo a Psicologia do Esporte. São Paulo: Casa do Psicólogo.

MACHADO, A. M. **Psicologia do Esporte, Desenvolvimento Humano e Tecnologias: o que e como estudar.** Várzea Paulista, Sp: Fontoura, 2014.

MALDONATO, Mauro. **A subversão do ser: identidade, mundo, tempo, espaço: fenomenologia de uma mutação.** Edições Sesc, 2015.

MEIRELLES, Fernando de Souza. **27º Pesquisa Anual do Uso de TI.** 2016.

MONTEIRO, Regina Clare. Pesquisa qualitativa como opção metodológica. **Pro-posições**, v. 2, n. 2, p. 27-35, 1991.

MÜLLER, Antonio Jose; LAMAR, Adolfo Ramos. Body capital in Brazilian football end American Basketball. **Revista Tempos e Espaços em Educação**, p. 31-44, 2014.

RODRIGUES, Eduardo Fantato; MONTAGNER, Paulo Cesar. Esporte-espetáculo e sociedade: estudos preliminares sobre sua influência no âmbito escolar. **Conexões**, v. 1, n. 1, p. 55-70, 2013.

ROSO, Adriane; GUARESCHI, Pedrinho. Megagrupos midiáticos e poder: construção de subjetividades narcisista. **REVISTA DE CIÊNCIAS SOCIAIS-POLÍTICA & TRABALHO**, v. 26, 2007.

RUBIO, Kátia. Da psicologia do esporte que temos à psicologia do esporte que queremos. **Revista brasileira de Psicologia do Esporte**, v. 1, n. 1, p. 01-13, 2007.

SILVA, Alessandro Soares. A mercadorização do futebol e seus impactos na infância pobre. **Revista Universitaria de la Educación Física y el Deporte**, n. 4, p. 44-53, 2011.

VALÉRIO, Pedro Henrique Martins; BARREIRA, Cristiano Antunes. Arqueologia fenomenológica, fenomenologia genética e psicologia: rumo à gênese das manifestações culturais. **Psicologia USP**, v. 26, n. 3, 2015.

Agência Brasileira do ISBN

ISBN 978-85-85107-75-8



9 788585 107758