



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO ACADÊMICO DA VITÓRIA

PEDRO VINICIUS MONTEIRO DA SILVA

O FENÔMENO DO TORCER MISTO EM PERNAMBUCO

VITÓRIA DE SANTO ANTÃO

2026

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO ACADÊMICO DA VITÓRIA
CURSO DE LICENCIATURA EM EDUCAÇÃO FÍSICA

PEDRO VINICIUS MONTEIRO DA SILVA

O FENÔMENO DO TORCER MISTO EM PERNAMBUCO

TCC apresentado ao Curso de Licenciatura em Educação Física da Universidade Federal de Pernambuco, Centro Acadêmico da Vitória, como requisito para a obtenção do título de licenciado em Educação Física.

Orientador(a): Renato Machado Saldanha

VITÓRIA DE SANTO ANTÃO

2026

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,
através do programa de geração automática do SIB/UFPE

Silva, Pedro Vinicius Monteiro da.

O Fenômeno do Torcer Misto em Pernambuco / Pedro Vinicius Monteiro da
Silva. - Recife, 2025.
33, tab.

Orientador(a): Renato Machado Saldanha

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Universidade Federal de
Pernambuco, Centro Acadêmico do Sertão, Educação Física - Licenciatura, 2025.

1. futebol. 2. torcedor misto. 3. identidade regional. 4. nordeste. 5.
Pernambuco. I. Saldanha, Renato Machado . (Orientação). II. Título.

790 CDD (22.ed.)

PEDRO VINICIUS MONTEIRO DA SILVA

O FENÔMENO DO TORCER MISTO EM PERNAMBUCO

TCC apresentado ao Curso de Licenciatura em Educação Física da Universidade Federal de Pernambuco, Centro Acadêmico da Vitória, como requisito para a obtenção do título de licenciado em Educação Física.

Aprovado em: 15/12/2025.

BANCA EXAMINADORA

Profº. Dr. Renato Machado Saldanha (Orientador)
Universidade Federal de Pernambuco

Profª. Dr. Verônica Toledo Saldanha (Examinador Interno)
Universidade Federal de Pernambuco

Profº. Me. André Silveira Gomes (Examinador Externo)
Universidade Federal de Minas Gerais

RESUMO

O fenômeno da torcida mista em Pernambuco caracteriza-se pela escolha de torcedores nordestinos por clubes do Sudeste brasileiro, seja de forma exclusiva ou conjugada com times locais. Este estudo busca compreender os determinantes históricos, culturais, econômicos e midiáticos que influenciam essa prática futebolística na região. Trata-se de uma revisão narrativa de cunho qualitativo que analisa o conteúdo publicado sobre a temática, utilizando bases de dados como Scielo, portal periódicos Capes, bibliotecas universitárias e o portal Ludopédio. A pesquisa aborda inicialmente o processo de chegada e popularização do futebol no Brasil e em Pernambuco, destacando como o esporte se consolidou como elemento de construção de identidades coletivas desde o final do século XIX. O trabalho examina a questão nordestina a partir da perspectiva do desenvolvimento desigual e combinado do capitalismo brasileiro, demonstrando como a região foi historicamente subalternizada após a decadência da economia açucareira enquanto o Sudeste se consolidava como polo econômico dominante. Os aparelhos privados de hegemonia, especialmente a mídia centralizada no eixo Rio-São Paulo, exerceram papel fundamental na propagação dessa imagem inferiorizada. No contexto futebolístico, essa desigualdade manifesta-se através da concentração das transmissões televisivas e radiofônicas nos clubes do Sudeste, criando um ciclo onde maior visibilidade atrai mais patrocínios, permite contratar melhores jogadores, gera mais títulos e consolida a hegemonia dessas agremiações. Os resultados demonstram que a torcida mista surge como estratégia de negociação identitária diante dessa realidade estrutural, permitindo que o torcedor nordestino concilie o pertencimento regional, expresso na torcida pelo clube local, com o acesso simbólico ao prestígio das grandes conquistas nacionais através dos clubes do Sudeste. O estudo conclui que a bifiliação clubística não representa incoerência ou traição, mas uma forma sofisticada de construção identitária que dialoga com as contradições de ser nordestino em um país marcado por profundas desigualdades regionais.

Palavras-chave: futebol; torcedor misto; identidade regional; nordeste; Pernambuco.

ABSTRACT

The phenomenon of mixed fandom in Pernambuco is characterized by the choice of northeastern supporters for clubs from southeastern Brazil, either exclusively or in combination with local teams. This study seeks to understand the historical, cultural, economic, and media determinants that influence this football practice in the region. This is a qualitative narrative review that analyzes published content on the subject, using databases such as Scielo, the Capes periodicals portal, university libraries, and the Ludopédio portal. The research initially addresses the process of football's arrival and popularization in Brazil and in Pernambuco, highlighting how the sport became consolidated as an element in the construction of collective identities since the late nineteenth century. The work examines the northeastern question from the perspective of the uneven and combined development of Brazilian capitalism, demonstrating how the region was historically subordinated after the decline of the sugar economy while the Southeast consolidated itself as the dominant economic pole. The private apparatuses of hegemony, especially the media centralized in the Rio-São Paulo axis, played a fundamental role in propagating this image of inferiority. In the football context, this inequality manifests itself through the concentration of television and radio broadcasts on southeastern clubs, creating a cycle where greater visibility attracts more sponsorships, allows for hiring better players, generates more titles, and consolidates the hegemony of these associations. The results demonstrate that mixed fandom emerges as a strategy of identity negotiation in the face of this structural reality, allowing northeastern supporters to reconcile regional belonging, expressed in supporting the local club, with symbolic access to the prestige of major national achievements through southeastern clubs. The study concludes that dual club affiliation does not represent incoherence or betrayal, but rather a sophisticated form of identity construction that dialogues with the contradictions of being northeastern in a country marked by profound regional inequalities.

Keywords: soccer; mixed fandom; regional identity; northeast; Pernambuco.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 -	Participação para Grandes Regiões e Unidades da Federação no Produto Interno Bruto do Brasil em 2023.	25
Tabela 2 -	Receita com Direitos de Transmissão dos clubes da Série A do campeonato brasileiro de 2024.	30

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	10
2	OBJETIVOS	12
2.1	Objetivo Geral	12
2.2	Objetivos Específicos	12
3	JUSTIFICATIVA	13
4	METODOLOGIA	14
5	CAPITULO I	15
5.1	História e chegada do futebol no Brasil e em Pernambuco	15
5.2	Formação da ideia torcedora/ pertencimento clubístico	20
6	CAPITULO II	22
6.1	Questão nordestina	22
6.2	Criação da identidade “mista”	26
7	CONSLUSÃO	30
	REFERÊNCIAS	32

1 INTRODUÇÃO

O futebol está presente na sociedade brasileira de diversas formas e desde cedo o brasileiro aprende a apreciar e a viver intensamente esse esporte. Nesse contexto, precisamos escolher um clube do coração e a partir dessa escolha passamos a vivenciar todas as emoções que o futebol pode nos proporcionar.

Para Damo (1998, p.14), “Torcer por um clube de futebol é participar ativamente da vida social”. E essa escolha por um clube vai ser atravessada por diversas razões, como familiares e regionais.

Em Pernambuco, é comum encontrarmos torcedores dos clubes locais, principalmente os da capital: Santa Cruz, Náutico e Sport. Entretanto, podemos encontrar com frequência torcedores que conciliam a torcida por esses clubes com a torcida por clubes de outra região ou que torcem apenas para um clube de outra região, principalmente do Sudeste. Esses são chamados pejorativamente de torcedores “mistos”.

“Existe um perfil de torcedor de futebol pejorativamente chamado de “misto”. Ele tem por hábito torcer por dois times: um de seu estado, e outro de uma região diferente, sendo este último geralmente dos estados Rio de Janeiro e São Paulo.” (Vasconcelos, 2012, p. 2)

Segundo Raychtock (2015), o debate sobre o torcedor misto revela duas posturas distintas em relação ao torcer no futebol. De um lado, posicionam-se aqueles que torcem exclusivamente por times de sua região e entendem que torcer por uma equipe local é parte constitutiva de uma identidade regional e do reconhecimento enquanto nordestino. De outro lado os torcedores mistos, que priorizam aspectos técnicos e esportivos em sua escolha clubística, optando por equipes de maior êxito nos campeonatos, ainda que de outras regiões, deixando a paixão regional em um segundo plano.

Esse tipo de torcedor não é exclusivo da região Nordeste. Porém, é nessa região onde o debate acerca dos mistos tem alcançado grandes proporções, com grupos de torcedores que discordam e repreendem abertamente aos mistos, os chamados “anti-mistos”.

Muitos dos que torcem para um único time, de seu próprio estado, se organizam a fim de mostrar seu descontentamento com os “mistos”. Através de faixas e cartazes nos estádios, camisetas com mensagens, comunidades e vídeos na Internet, eles apresentam argumentos que, a seu ver, são motivos para não se torcer por um clube “de fora” (Vasconcelos, 2012, p.3)

Em Pernambuco, os torcedores mistos são menos comuns do que em outros estados do Nordeste. Ainda assim, é significativo o percentual de torcedores que escolhem agremiações de fora do estado para torcer. Uma pesquisa feita pelo Instituto Múltipla, demonstrou que Flamengo e Corinthians são a 3ª e 4ª, respectivamente, maiores torcidas do estado de Pernambuco, com 6,7% e 5,9% da população torcendo para esses times (Instituto Múltipla)

Esse percentual aumenta ainda mais à medida que nos afastamos da Região Metropolitana do Recife. No Agreste pernambucano o Corinthians lidera como maior torcida com 13,1% dos torcedores da mesorregião, mais que o dobro do Sport (5,6%) primeiro time

Pernambucano na lista. Já no Sertão pernambucano, o Flamengo lidera a preferência dos torcedores com 22,6%, 7 vezes mais que o percentual de torcedores do Sport (3,2%), o primeiro clube pernambucano na lista.

A partir disso, buscamos nesse trabalho um aprofundamento maior sobre esse fenômeno do torcer em Pernambuco, buscando responder às seguintes questões: Por que torcemos para times de outra região? Por que esse fenômeno é tão comum no Nordeste? Como torcemos para dois clubes distintos?

Essas são as perguntas bases que norteiam o presente estudo.

2 OBJETIVOS

2.1 Objetivo Geral

O objetivo geral do trabalho é compreender o fenômeno do torcer misto em Pernambuco, buscando na literatura existente os determinantes desse fenômeno.

2.1 Objetivos Específicos

- Realizar uma revisão bibliográfica para identificar trabalhos sobre o torcer misto em Pernambuco, no Nordeste e em outras regiões do Brasil;
- Analisar os estudos e debates acadêmicos encontrados e buscar explicações históricas, culturais e sociais sobre o fenômeno do torcer misto;
- Sintetizar e refletir os principais argumentos encontrados na literatura sobre os fatores que influenciam a torcida mista, identificando os determinantes do fenômeno no contexto pernambucano.

3 JUSTIFICATIVAS

O presente trabalho busca explorar e entender um assunto ainda pouco debatido no meio acadêmico, mostrando assim sua relevância acadêmica, buscando contribuir com o trabalho que vem sendo realizado pelo GEFFUT/PE (Grupo de Estudos em Festas, Futebol e Torcidas de Pernambuco), procurando compreender as diversas manifestações do torcer em Pernambuco.

Além disso, está presente uma relevância social, pois com esse estudo tentamos compreender como esse fenômeno pode ajudar a explicar fatores como identidade regional, influência midiática, globalização do futebol e como impactam a forma dos torcedores se relacionarem com os times de sua região.

Por último, se faz presente uma relevância pessoal, por ser um torcedor “misto” com duas grandes paixões futebolísticas, o Corinthians e Santa Cruz, e perceber que diversos amigos e conhecidos também são torcedores mistos, busco compreender e buscar explicações para esse fenômeno tão comum em Pernambuco, principalmente no interior do estado.

4 METODOLOGIA

Foi utilizado para a realização deste trabalho, uma Revisão Narrativa de cunho Qualitativo onde se objetivou analisar o conteúdo publicado sobre a temática. O estudo tem uma abordagem qualitativa, pois busca compreender o fenômeno explorando suas causas e motivações, tendo um objetivo exploratório e explicativo.

Na realização da pesquisa foram utilizadas as bases de dados: Scielo, portal periódicos Capes, diversas bases de dados de bibliotecas de universidades e o portal Ludopédio.

Nessas bases de dados utilizamos os descritores e combinações booleanas (“bifiliação clubística” OR “torcer misto”) AND Pernambuco AND Nordeste. Fizemos as leituras dos resumos e dos textos encontrados nas bases de dados e selecionamos aqueles quais iriam auxiliar na pesquisa

5 CAPÍTULO I

5.1 história e chegada do futebol no Brasil e em Pernambuco

Para compreendermos o fenômeno do torcer no futebol no Brasil, precisamos entender o processo de popularização desse esporte por aqui. O modo como ele chegou ao País, e mais especificamente a Pernambuco, e cativou um público fiel, tornando-se uma paixão nacional.

O futebol moderno, que conhecemos hoje, tem suas origens no século XIX. A sociedade europeia passava por mudanças profundas, provocadas pela revolução industrial e pelo avanço do sistema capitalista. Um novo modo de vida, com ritmos, valores e necessidades distintas, se impunha à população. Os esportes contribuem para adaptar as pessoas àquela nova realidade, educá-las conforme às novas exigências:

o condicionamento físico, a disciplina, a obediência às regras, o trabalho coletivo que também valoriza os sucessos individuais. Estes são alguns dos valores e práticas caros à vida urbana capitalista que eram difundidos à população com a ajuda dos esportes, como futebol, educação física e atletismo (Vasconcelos, 2011, p. 17).

Esse novo modo de vida e trabalho logo se espalhou pelo globo. A Inglaterra, pioneira no processo de industrialização, passou a exportar para o resto do mundo não apenas produtos e capitais, mas também mão de obra. Eram trabalhadores para fábricas, minas, portos e ferrovias de capital inglês. Na bagagem, esses trabalhadores levavam consigo novos hábitos e costumes. Dentre esses novos hábitos estava a prática de esportes, já populares na terra da rainha, e que passaram a conquistar assim novos territórios e adeptos.

Dentre esses esportes, destaca-se o futebol. Inicialmente praticado em clubes, escolas e universidades, círculos restritos à elite britânica, esse esporte foi se popularizando, até se tornar comum também entre as camadas sociais mais baixas da Inglaterra. Esses operários e trabalhadores seriam responsáveis por levar essa prática (assim como outras modalidades, como o cricket) para outras paragens, tornando assim o futebol um esporte popular não só na Inglaterra, mas em todo o mundo.

No Brasil, as cidades portuárias, nas quais circulavam com mais frequência mercadorias e trabalhadores ingleses, foram também as primeiras a receberem essa novidade, em uma dinâmica que também se deu em outras partes do globo:

Le Havre na França, Gênova na Itália e Rotterdam na Holanda. Bilbao na Espanha e Bremen na Alemanha. Belém no Brasil, Callao no Peru e Valparaíso no Chile, sem citar os casos notórios de Montevideu e Buenos Aires. São inúmeros os exemplos de cidades portuárias que, a partir da exibição informal de marinheiros britânicos, tiveram contato precoce com o futebol, quase sempre antes de qualquer outra localidade em seus respectivos países (Mascarenhas, 2014, p. 41).

A presença de marinheiros e operários britânicos no Brasil, como parte de um esforço inicial de industrialização do país, na passagem do século XIX para o século XX, favoreceu a introdução do futebol por aqui. Da mesma forma, a Inglaterra exercia atração sobre membros da elite brasileira, que viajavam até o país europeu para fazer negócios, compras ou estudar, e retornavam de lá com novos hábitos e valores.

Existem diversas narrativas sobre qual teria sido o pontapé inicial do futebol no Brasil. A história mais conhecida indica Charles Miller, um paulista, de uma família de origem inglesa, como o pioneiro. Charles foi estudar na Inglaterra, e retornou ao Brasil em 1894, trazendo consigo uma bola, uniformes e as regras do futebol. No mesmo ano, o rapaz organizou a primeira partida e fundou o primeiro time de futebol do Brasil, o São Paulo Athletic Club. A partir daí o futebol teria se espalhado pelo país. Porém, para além desse mito fundador, é mais crível supor que o futebol penetrou o país por diversos e de diversas maneiras, trazido por sujeitos diversos que tinham tido contato com ele no exterior.

O futebol em seu início no Brasil, assim como na Inglaterra, era vivenciado apenas pela elite em seus clubes. Com o passar do tempo, porém, o esporte começou a ser praticado e bem aceito pela população, conquistando grande popularidade pelas camadas sociais mais pobres do país. Era o início de uma história que transformaria o país, futuramente, no “país do futebol”. Os fatores que favoreceram essa popularidade são muitos.

Vários autores trataram do assunto, nem sempre com a devida seriedade, e levantaram inúmeras outras razões para a fácil assimilação do futebol. Concordamos apenas com algumas delas: trata-se de um jogo simples, com somente 17 regras, todas de fácil entendimento; e, no caso do Brasil, o clima tropical favorece o entretenimento ao ar livre o ano inteiro. Admitimos também que nas cidades brasileiras não faltaram espaços livres para o jogo (aliás, abundavam, até recentemente, por retenção especulativa de terrenos), nem praticantes em potencial, pelo grande contingente de crianças e jovens ociosos sem oportunidades de escolarização ou usufruto de lazer organizado (Mascarenhas, 2014, p. 89).

Com o crescente desenvolvimento urbano do Brasil, a região sudeste, principalmente São Paulo e Rio de Janeiro, foram essenciais para essa popularização do futebol no país. Vasconcelos (2011) enfatiza que durante o processo de urbanização e industrialização, diversos trabalhadores que adivinham de outros locais, com diferentes culturas e religiões, se juntavam nas fábricas longe de suas famílias, e encontravam nos esportes, em especial no futebol, uma forma de lazer e de socialização.

Sendo assim, o futebol, cada vez mais popular, começa a ser enxergado não apenas como uma atividade física, para melhoria da saúde, ou como um símbolo de distinção social restrito às elites. A apropriação pelas camadas médias e populares urbanas fez com que novos significados fossem construídos ao redor da prática e assistência do jogo. Ao redor do futebol

se construíram redes de socialização, identidades coletivas e noções de pertencimento (e, consequentemente, divisões e rivalidades).

Esse processo de construção de identidades e diferenças, pertencimentos e rivalidades, alimentou, e foi alimentado, constantemente pela mídia da época. Jornais anunciavam e repercutiam cada vez mais os jogos e torneios, buscando explorar comercialmente a popularidade do jogo, ao mesmo tempo em que ajudavam a produzi-la. Jogos entre clubes e combinados nacionais contra equipes estrangeiras eram cercados de narrativas ufanistas, que buscavam estabelecer uma relação direta entre a torcida para a equipe local e o amor pátrio. Forças políticas não ficaram indiferentes a isso, procurando explorar o imaginário da pátria unida por meio do futebol. Estavam dadas as condições para a construção da ideia da “pátria em chuteiras”, que unificaria um país de dimensões continentais e tantas culturas distintas em torno de uma paixão comum.

O futebol então, passa a ser rotineiro na vida dos brasileiros, agora torcedores brasileiros. Segundo Georgino de Souza Neto (2020, p.16) “Ir aos estádios e campos acabou se tornando um dos programas favoritos dos habitantes. A ponto mesmo de, aos domingos sem futebol, receberem a denominação de ‘domingos vãos’”.

Com todo o destaque que o futebol vinha ganhando na sociedade brasileira, o esporte, que originalmente estava restrito a elite, se tornou um esporte de massas, um espetáculo capaz de levar multidões para os estádios. Com essa popularização, outros interesses são despertados. O futebol começava a ser alvo de ações comerciais, não apenas no ato de vender ingressos para quem quisesse assistir ao jogo, mas também com propagandas nos estádios.

Outro destaque visual, que não poderia passar despercebido, é a publicidade de uma marca de cerveja, ocupando um enorme espaço acima das arquibancadas, demonstrando que a paixão futebolística começava a ser vista como uma fértil possibilidade de apropriação e consumo de produtos (Souza Neto, 2020, p. 16).

O futebol passa a ser entendido como um espetáculo lucrativo. E esse espetáculo dependia de uma plateia, de um público para que pudesse ser apreciado. Logo, o torcer não era somente importante no futebol, mas sim algo indissociável desse espetáculo (Souza Neto, 2020). A presença marcante e indissociável de torcedores dentro dos estádios, acompanhando os jogos de futebol, a então paixão pelo futebol e pelo seu clube começa a ser explorada, havendo então a venda dessa paixão como mercadoria. Então, muitas marcas se aproveitavam e colocavam propagandas nos estádios, ou realizavam promoções para atrair a atenção do público. Da mesma forma, a compra de produtos do clube passou a ser compreendida como uma forma de demonstrar apreço por essa agremiação (Souza Neto, 2020).

O futebol então começa a ser tratado como mercadoria, e os torcedores são os principais consumidores. O torcedor então carrega consigo uma parte muito importante do futebol, sem os seus consumidores o futebol não existe. Além dos produtos dos clubes, os próprios jogadores são tratados como mercadoria, como ressalta Vasconcelos (2011)

O futebol, as equipes e os jogadores são, assim, uma mercadoria, e o torcedor, um consumidor. O torcedor gasta algum dinheiro com o time. Isso pode ser de modo a transferir dinheiro para o time, na compra de ingressos, de artigos com a marca, com a TV por assinatura ou com a compra de uma ação de sócio-torcedor; ou de outra maneira, como por exemplo gastando luz elétrica para ouvir um jogo no rádio. O consumidor investe seu dinheiro naquela mercadoria a fim de satisfazer alguma necessidade, em sua maior parte de caráter psicológico e simbólico. Quanto melhor for a mercadoria, mais consumidores ela deve atrair (Vasconcelos, 2011, p. 22).

Havia, entretanto, diferenças regionais no ritmo da difusão do futebol pelo país, e no seu desenvolvimento. A chegada do futebol ao Nordeste aconteceu de forma semelhante às outras áreas do país, com estudantes que foram para fora do país estudar e voltaram com a prática esportiva como hábito, e com trabalhadores estrangeiros que vinham trabalhar com comércio, ou nas companhias de capital britânico que atuavam por aqui, principalmente no Recife e Salvador. Porém, o futebol demora um pouco mais para se popularizar pelo interior da região nordestina:

No Brasil, é evidente o ritmo diferenciado de adoção do futebol quando comparamos a zona de colonização alemã no sul (já habituada aos exercícios físicos e à prática esportiva) com o sertão do nordeste, onde a atitude de correr atrás de uma pelota de couro era vista com muito estranhamento (Mascarenhas, 2014, p. 63)

Além do estranhamento cultural dos nordestinos, o forte avanço econômico da região sul e a grande migração de pessoas da região Nordeste para o Sul do país, marcaram uma expansão da economia sulista e uma desvalorização e falta de mão de obra do Nordeste:

A popularização que o futebol experimentou em estados que viviam intenso processo de urbanização no início do século XX (Rio de Janeiro e São Paulo) também contribuiu para uma estruturação ainda maior dos times desses estados, dando a eles uma posição central no futebol do país (Vasconcelos, 2011, p. 20).

Os primeiros clubes do Nordeste surgiram no final do século XIX e início do XX. O primeiro a ser fundado foi o Club Cricket Vitória, em 1899 no estado da Bahia, com foco em esportes terrestres, sendo o cricket o principal. Logo após a criação do clube baiano, veio a fundação do Club Náutico Capibaribe, em 1901 no Recife, dedicado aos esportes aquáticos, como o remo e a natação. O futebol só começaria a ser praticado, em Pernambuco, no ano de 1903. A iniciativa é atribuída a Guilherme de Aquino, filho de senhores de engenho que foi enviado para estudar na Inglaterra e voltou ao Recife com bolas, meios e as regras de vários esportes, dentre eles as do futebol. Após não encontrar espaço no Náutico para a prática de futebol,

Guilherme teria decidido fundar um novo clube, o primeiro clube do estado com o foco total em esportes terrestres, o Sport Club do Recife.

O ano que é registrado a volta de Aquino é 1903, e no ano seguinte, ele teria organizado a primeira partida de futebol no Recife. Aquino conseguiu reunir 11 jogadores e disputar o primeiro “match”, em caráter particular e de experiência, contra o time da Western (Lima, 2013, p. 19).

Além da chegada de estudantes, filhos da elite local, como Guilherme, que realizavam seus estudos na Europa e retornavam com novos hábitos, Recife passava também por um processo inicial de industrialização e construção de melhoramentos urbanos:

O futebol chega a Recife em um momento específico da história da cidade. Um momento de transição do modelo econômico essencialmente rural baseado na cana-de-açúcar para um modelo de uma incipiente industrialização, com um processo de urbanização em curso. A soma desses fatores era a cidade moderna em sua gênese. A união entre a construção de uma cidade moderna e a apropriação do futebol pela população local, inicialmente por uma elite econômica urbana, é a combinação que culmina com a chegada do futebol em terras recifenses (Lima, 2013, p. 19).

Esse processo de transição econômica, atraiu para a cidade trabalhadores de outros países, inclusive da Inglaterra, que também passaram a jogar futebol. A Inglaterra, que vivia seu auge imperialista, procurava expandir seus negócios, exportando mercadorias e capitais, produtos da revolução industrial. No Brasil, as principais portas de entrada do império inglês eram São Paulo, Rio de Janeiro, Salvador e Recife.

Sendo o futebol, um esporte já extremamente popular na Inglaterra, tanto por seus estudantes, quanto por seus trabalhadores, os ingleses que vinham a Recife para trabalhar em fábricas, traziam consigo a cultura do futebol britânico:

Como podemos perceber, a cidade do Recife abrigou um número alto de imigrantes ingleses que fizeram da cidade a sua casa. Sendo o futebol um esporte muito difundido entre a classe trabalhadora inglesa e os estudantes, é provável que este gozasse de boa popularidade entre os imigrantes (Lima, 2013, p. 21).

Os trabalhadores ingleses utilizavam seu tempo livre para realizar partidas de futebol, nos portos e fábricas onde trabalhavam. Além disso, com a forte influência inglesa no Recife durante esse período, os jornais noticiavam as partidas e os resultados do campeonato inglês. Todo esse processo citado, auxiliou na popularização do esporte na cidade do Recife e no estado de Pernambuco.

As primeiras federações de futebol fundadas no Nordeste foram a baiana, fundada em 1913, e a pernambucana, fundada em 1915. “Esses são, talvez não por coincidência, os dois estados da região que possuem em sua história grandes títulos nacionais e participações em torneios internacionais” (Vasconcelos, 2011, p. 18;19). A fundação das federações marca o início do enfrentamento constante dos clubes locais em torneios, e o acirramento do processo de construção de pertencimento e rivalidades, fundamentais para o torcer.

5.2 Formação da ideia torcedora/ pertencimento clubístico

Para compreendermos a questão do torcer misto no Nordeste e em Pernambuco, precisamos entender como esses indivíduos se sentem torcedores e como criam uma identidade com a agremiação. Segundo Damo (2001) “O amor aos clubes é a mola propulsora dos esportes coletivos, especialmente do futebol” (p. 6). Com isso, chegamos a diversos questionamentos, como escolhemos um time para torcer? Por que torcer para um time de futebol? e como nos sentimos torcedores?

É comum no Brasil que logo cedo, ainda na infância, sejamos levados a escolher o(s) nosso(s) clube(s) de coração. Essa escolha geralmente é feita por incentivo (ou sob pressão) e influência de nossos pais e familiares. Trata-se de algo sério, já que essa é uma escolha que deve ser feita uma única vez, já que espera-se que o clube de coração seja imutável. Essa decisão define como nos relacionamos em muitos de nossos grupos sociais, e como nos comportamos em determinados ambientes.

A iniciação de um torcedor começa pela escolha de um clube para torcer. Esta mobiliza os laços de sociabilidade mais próximos, chegando, em certos casos, a formar torcedores fiéis a um mesmo clube por três e até quatro gerações no âmbito de uma família (Damo, 1998, p.13).

Além da influência dos familiares e do ciclo de amizade, escolher o clube que você vai defender e apoiar com unhas e dentes, passa por uma forte influência regional. Vasconcelos (2011) vai ressaltar que a identidade futebolística não se limita ao clube de preferência ou de coração, mas se expande e inclui outras dimensões, como a identidade regional compartilhada entre torcedores de uma mesma região. Com isso, percebemos que além da influência de nossos familiares, o meio, os grupos sociais e a região em que vivemos impacta diretamente na escolha do clube o qual vamos torcer.

Ser torcedor, então, é uma condição para participarmos ativamente da dinâmica social no Brasil. Em um país onde o futebol aparece em evidência, vimos a necessidade de participação ativa nele, mesmo que de maneira informal, sem sermos jogadores de futebol ou participar da estrutura política do clube. Em um esporte onde o movimento, a prática corporal e a estética estão tão presentes, o torcer é uma das possibilidades mais democráticas de pertencer e de fazer parte desse fenômeno, já que nem todos tem determinada habilidade para praticar (Damo, 2001).

Se identificar e pertencer a uma agremiação vai nos provocar diversos sentimentos, dentre eles o da rivalidade. Ao nos identificarmos com um clube, somos levados a construir

uma narrativa que justifique essa escolha, que passa pela negação do outro, ou pela certeza que nosso clube é, de alguma forma, superior ao outro. “Provocar o outro (outro time, outra torcida, outro torcedor) constituía-se em um desdobramento da paixão e do pertencimento. O outro só existe à medida que existe o meu time” (Souza Neto, 2020, p.14).

Esse sentimento de rivalidade vai expressar o poder de representação que possuímos com o clube. Começamos a torcer, então, pelo clube que nos identificamos. Logo, o clube adversário é diferente, ou mesmo oposto, àquilo que me representa. Nessa disputa, constroi-se e reforça-se constantemente o sentimento de pertencimento, a paixão a um clube. Esse sentimento, mobilizado incessantemente, seja na euforia da vitória ou na lástima da derrota, favorece à construção de um sentido de comunidade entre os torcedores de uma mesma agremiação, mesmo que esses não se conheçam pessoalmente.

Essa representação e identidade também surge em forma de identificação regional. Com a torcida para times do próprio bairro ou então da própria cidade ou estado. Com tudo isso, o futebol passa a impactar diretamente as cidades com representações simbólicas e rivalidades. Todo esse fenômeno se espalha de forma rápida e intensa, algo que não foi percebido em outras práticas sociais no Brasil (Souza Neto, 2020).

Vimos então que o pertencer e o torcer para um clube é determinado por diversos fatores, inclusive pelo regionalismo. Sendo assim, uma questão se coloca: por que é comum entre torcedores nordestinos a bifiliação clubística, ou seja, a torcida por dois clubes (geralmente um local e outro do Sudeste brasileiro)? As peculiaridades regionais que podem ajudar a explicar esse fenômeno serão explorados a seguir.

6 CAPÍTULO II

6.1 Questão nordestina

A escolha de um clube para apoiar por toda vida, um “clube do coração”, é um processo complexo, que passa por aspectos familiares, culturais, sociais, políticos, mercadológicos e midiáticos. Cada torcedor terá, assim, uma narrativa própria, que justifica sua escolha, dotando-a de alguma racionalidade, a partir de percepções e valorações subjetivas. Essa percepção individual sobre o próprio processo de escolha, porém, não exclui tendências mais gerais, mais coletivas. A frequência com que de torcedores nordestinos escolhem clubes do sudeste brasileiro para torcer, de forma exclusiva ou conjugada com algum clube local, nos indicam não se tratar de um fenômeno meramente casual, explicável somente por questões psicológicas individuais.

Para melhor compreender esse fenômeno, faz-se necessário compreender a inserção do futebol nordestino no cenário esportivo nacional. Em sua dissertação, Fernandes (2020) se aproxima dos escritos do filósofo e militante comunista italiano Antonio Gramsci sobre o desenvolvimento italiano, traçando um paralelo entre a região Sul da Itália com a região Nordeste do Brasil, “Guardada as devidas proporções, existem grandes aproximações entre a região meridional italiana e a nordestina brasileira” (Fernandes, 2020, p.22). A partir desse referencial a autora passa a tratar da “Questão nordestina”, em um paralelo com a “Questão meridional” da Itália.

Ainda segundo essa autora, a “Questão nordestina” deve ser compreendida a partir da dinâmica econômica brasileira, marcada por um desenvolvimento desigual, com maior dinamismo da região Centro-Sul em relação à região Nordeste. Essa relação vai ser construída por meio da subalternidade nordestina e a dominação da região Centro-Sul, principalmente a região Sudeste. A subalternidade é definida por Fernandes (2020) como:

o “subalterno” se refere a “uma categoria relacional”. Portanto, não pode ser compreendida como uma categoria por si só, nem de tipo “estática”. Ou seja, o “subalterno” é aquele sujeito social que, via de regra, está submetido, “seja cultural, político-ideológico e/ou economicamente” a uma “relação de subordinação, dominação ou opressão” (Fernandes, 2020, p.43).

A subalternidade nordestina se deu primeiramente pela decadência da economia açucareira no Brasil. Inicialmente o açúcar era o principal produto e meio econômico do Brasil e era produzido principalmente no Norte do país (antes o país era dividido em Norte, Centro e Sul, não existindo a região Nordeste propriamente dita). Após anos de domínio econômico açucareiro, o Brasil começa a se industrializar e focar na produção de algodão,

com o polo dinâmico da economia se transferindo da região Norte para a região Centro-Sul do país (principalmente para os atuais estados do Sudeste).

O Sul do país então começa a se desenvolver, com mais investimento e maior poderio econômico, enquanto o Norte começa a ser esquecido, recebendo menos investimentos e perdendo dinamismo econômico. “A relação entre o Nordeste e o Centro-Sul é bastante complexa. Enquanto uma região se tornou mais desenvolvida, expandindo-se econômica e culturalmente, tornando-se hegemônica; a outra, concomitantemente, se tornou subalterna e subordinada” (Fernandes, 2020, p.63).

Esse atraso econômico também tem expressão na cultura, estando presente tanto no discurso oficial do governo, quanto em formulações de escritores e intelectuais da época. Nessas formulações, o Nordeste passou a ser caracterizado sempre a partir da falta, da carência, criando uma imagem de terra arrasada e biologicamente atrasada.

No caso mais específico do Nordeste, o atraso foi conferido inicialmente à questão climática e geográfica, bem como à falência da economia açucareira, assim como à própria população, considerada biologicamente inferior, imagem bastante propagada a partir da obra de Euclides da Cunha, *Os Sertões*, que retrata o massacre de Canudos pelas forças do Estado (Fernandes, 2020, p.63).

A obra de Euclides da Cunha era propagada para reforçar a ideia de uma terra arrasada, marcada pela fome e pela seca, sempre relacionando o Nordeste com a pobreza. Essa ideia e propagação de uma região pobre era extremamente importante para o sistema capitalista que estava se instaurando no Brasil e na América Latina. Fernandes (2020) faz uma comparação dessa propaganda e desigualdade brasileira com a global:

o desenvolvimento é desigual entre o Norte e o Sul global, porque o crescimento do centro está diretamente relacionado à exploração da periferia. E também é combinado, visto que, à medida que se transferiam recursos de um país periférico para o outro central, os primeiros enriqueciam e desenvolviam aqueles que recebiam os recursos, ao mesmo tempo em que se transformava o país explorado em uma futura nação atrasada e dependente (Fernandes, 2020, p.67).

Com a análise de Fernandes (2020) percebemos que para que o sul do país pudesse se desenvolver era preciso que o nordeste se mantivesse em uma posição de subalternidade. A criação de um imaginário sobre a região de inferioridade, atraso e pobreza é fundamental para a manutenção dessa relação de subalternidade. Essa desigualdade produzida entre as regiões é importante para a manutenção do sistema capitalista, principalmente em como esse sistema se desenvolveu no Brasil.

A diferença econômica entre a região Nordeste e a Sudeste se mostra em uma pesquisa realizada pelo Sistema de Contas Regionais divulgado pelo IBGE, onde é apresentado a participação das grandes regiões brasileiras no PIB (Produto Interno Bruto) do país. Com o Sudeste tendo destaque, com mais de 50% de participação, mais que o triplo da região Nordeste (Tabela 1):

Tabela 1 - Participação para Grandes Regiões e Unidades da Federação no Produto Interno Bruto do Brasil em 2023.

Brasil, Grandes Regiões e Unidades da Federação	Participação no Produto Interno Bruto (%)
Brasil	100
Norte	5,8
Nordeste	13,8
Sudeste	53
Sul	16,8
Centro-Oeste	10,6

Fonte: IBGE, 2025

Todo esse desenvolvimento desigual faz parte da dinâmica do capitalismo periférico. Entendermos essa estrutura do capitalismo brasileiro é importante para que possamos compreender a questão do Nordeste.

O desenvolvimento desigual e combinado é característico do capitalismo periférico, portanto, não é definido pela existência de regiões pobres e ricas, mas de desenvolvimentos desiguais nas regiões ricas e também pobres. Não há dois capitalismos, um atrasado e um moderno, mas um só. No Nordeste, assim como no Centro-Sul há várias temporalidades, há formas de vida e modos de organização econômica modernos. Isso quer dizer que no Nordeste também há formas de vida e produção modernas. A imagem da região apenas como atrasada, em comparação com um centro-sul moderno, não faz parte da realidade concreta, pois há o moderno no Nordeste também. A partir disso, constroem-se elementos para uma chave de leitura para entender o dilema nordestino (Fernandes, 2020, p. 68-69).

O atraso econômico do Nordeste foi importante para o avanço do Sul do Brasil, pois com a ideia e a imagem de uma região atrasada, de seca e que não tinha prosperidade, os habitantes dessa região teriam que se deslocar para outra em busca de melhores condições de vida. Então o atraso econômico e cultural do Nordeste, em contraste com a valorização do café e a industrialização do Sudeste, gerou desequilíbrios regionais e transformou o Nordeste em fornecedor de mão de obra e de capital para a região que se tornaria a mais rica do país.

Esses desequilíbrios regionais transformaram o Nordeste em um problema nacional e consolidaram uma visão homogeneizada da região, ignorando sua diversidade econômica, cultural e política. (Fernandes, 2020).

Percebemos que a questão nordestina perpassa a dominação econômica e cultural, mas se expressa também em um “jogo” de identidade regional, dando origem a um regionalismo, tão presente na região. Fernandes (2020) destaca que, diferentemente de outras regiões brasileiras, o Nordeste é tratado no imaginário popular como uma unidade cultural homogênea, apesar de sua extensão e diversidade.

Por sua vez, regionalismo é pensado sob sua dimensão simbólica. Ele é criado pelos homens não através do poder do estado, mas a partir de suas vivências, da forma como se relacionam com o espaço; o modo como o interpretam, o representam, dão sentido a ele. Citando as palavras de Penna, “o regionalismo pode ser considerado como o processo que torna o espaço significativo” (Penna, 1992, p. 19 apud Vasconcelos, 2011, p. 25).

Essa visão homogênea de uma região não parte da auto afirmação do povo. É algo que é construído no imaginário da população. É um estereótipo nordestino criado para atender os interesses da região dominante.

Um exemplo do forte regionalismo do Nordeste se vê no futebol. Os clubes da região Nordeste são frequentemente nomeados como “clubes nordestinos”, enquanto os clubes das outras regiões raramente são chamados pelo seu aspecto regional, mas sim por sua identidade estadual, como por exemplo os clubes cariocas, paulistas, etc (Vasconcelos, 2011).

Então é importante para entender a questão nordeste, também entender regionalismo e região, conforme cita Vasconcelos (2011):

Assim, quando falamos de “região”, devemos ter em mente a divisão administrativa criada pelo Estado, que é significada e representada por seus povos num processo cultural entendido como “regionalismo”, que torna a região socialmente significativa e atribui a ela um caráter não apenas político, mas também simbólico (p.26).

Essas ideias do regionalismo nordestino são espalhadas com o auxílio dos aparelhos privados de hegemonia, esses aparelhos são de extrema importância para a construção de diversos fenômenos sociais. “Os aparelhos privados de hegemonia constituem um conjunto de organismos vulgarmente chamados privados, presentes na sociedade civil e ligados às classes sociais. Um grupo se torna hegemônico quando consegue propagar seu ideário de forma a torná-lo universal.” (Fernandes, 2020, p.99).

Fazem parte desse aparelho as igrejas, escolas, associações privadas, sindicatos, partidos políticos e a imprensa. A mídia que teve extrema importância para a criação e propagação da imagem do Nordeste, onde frequentemente a região era tratada como uma região de escassez, de pobreza e de pouco desenvolvimento (Fernandes, 2020).

Com a mídia centrada nas duas principais metrópoles do país, Rio de Janeiro e São Paulo, os estados de regiões mais afastadas como os estados do Nordeste não acompanhavam notícias sobre sua região, mas sim sobre as regiões onde estavam as emissoras. E elas propagavam ideias de inferiorização de outras partes do Brasil, principalmente da região Nordeste.

Centralizada nas duas principais metrópoles do país, Rio de Janeiro e São Paulo, a grande mídia foi uma das principais difusoras de ideia e cultura para o resto do Brasil, por difundir valores de modernidade em uma perspectiva metropolitana contrária “ao atraso” do interior ou da periferia do país (Fernandes, 2020, p.103).

Além da mídia televisiva, outras grandes mídias tiveram uma grande influência na propagação do ideal nordestino, principalmente o rádio. Com a maioria da população analfabeta, o rádio teve uma grande influência para formar a percepção da população sobre o país, sua região e a atualidade. Sendo por muitos anos um dos principais, se não o principal, veículo de comunicação.

Pelo que foi apresentado vimos como foi construído um imaginário do Nordeste pobre e sem perspectiva. E como ele foi subalternizado para a melhoria e desenvolvimento de outra região. Os aparelhos privados de hegemonia, principalmente a mídia, participam ativamente na construção dessa desigualdade e na formação de opinião e desvalorização da região.

Mas o que isso interfere na escolha de um clube de fora da nossa região? Abordaremos o tema a seguir.

6.1 Criação da identidade “mista”

Foi visto anteriormente a questão nordestina situada por Fernandes (2020), essa questão vai interferir diretamente na escolha pelo clube o qual iremos torcer. Um dos veículos de mídia fundamental na propagação da paixão futebolística no país foi o rádio. Como abordado anteriormente, há muito tempo o futebol foi enxergado como um potente meio de controle da população. O governo Vargas tinha interesse em criar uma identidade brasileira unida, entre outros temas, pelo futebol e se utilizou da mídia para isso.

Apesar da importância da mídia impressa para a transformação do jornalismo esportivo nos grandes centros, o elemento propulsor da propaganda varguista e da identidade construída através do futebol foi o rádio, uma vez que o índice de analfabetismo no país era altíssimo, superando 60% dos 37,6 milhões de habitantes em meados da década de 1930 (Jambeiro, 2003 apud Fernandes, 2020, p.141).

Com a grande mídia localizada nas grandes cidades do sudeste do país, os jogos e programas televisionados para todo o Brasil foram os dessa mesma região. Fazendo, assim, que torcedores nos estados do nordeste, principalmente aqueles que estavam fora das capitais, acompanhassem mais os times do sudeste do que o clube de sua própria região.

As maiores redes de televisão do país estão sediadas no eixo entre Rio de Janeiro e São Paulo. Esses canais retransmitem sua programação para o restante do território nacional por meio de uma rede de emissoras afiliadas. Sua cobertura esportiva privilegia os times dessas duas cidades (Vasconcelos, 2011, p.51)

Conforme Fernandes (2020), o desenvolvimento das emissoras de rádio e televisão que ficavam localizadas no eixo Rio-São Paulo contribuiu para que os clubes destes estados ganhassem visibilidade em todo o país, criando uma nova categoria de times de massa.

Essa exposição frequente contribuiu não apenas para que esses clubes conquistassem torcedores em outras regiões, que não o seu estado de origem. Junto com essa torcida, cresceu também o poder econômico desses clubes. Se o futebol já era enxergado como uma mercadoria, os clubes que tinham mais jogos sendo transmitidos ganhavam também melhores contratos de patrocínio. Com esse dinheiro, os clubes podiam melhorar seus estádios, condições de treinamento e contratar jogadores melhores. Esse tipo de negócio chamava atenção de mais jogadores, pois se tivessem jogos televisionados eles poderiam ganhar mais alcance e mais dinheiro de patrocínio.

O favorecimento inicial a esses times, tanto pela sua localização geográfica como pela visibilidade a partir dos aparelhos do Estado, auxiliou a propagação nacional desses clubes, aumentou a visibilidade deles e de seus jogadores e gerou os ganhos materiais com patrocínios e com receitas a partir também do crescimento de público nos estádios. Isso possibilitou, entre outras coisas, a conquista de títulos, a revelação de jogadores e a produção de ídolos. Esses êxitos dentro de campo geravam mais disseminação na mídia e mais arrecadação, promovendo um ciclo vicioso de causa e efeito (Fernandes, 2020, p. 144).

Como visto anteriormente, entendemos que o futebol é uma mercadoria e o torcedor é o seu consumidor. O torcedor compra um valor simbólico e esse valor simbólico interfere também na escolha de qual clube ele irá torcer, e o valor do clube é definido de acordo com suas conquistas e os jogadores que ele possuiu, como ressalta Vasconcelos (2011) sobre os torcedores nordestinos:

O torcedor nordestino que almeja os níveis mais altos de reconhecimento no campo do futebol encontra nos times de sua região um obstáculo, visto que eles ocupam uma situação periférica e de dominados. Se estiver realmente disposto a se reconhecer como um campeão nacional ou internacional, dono de lugar cativo na elite do futebol brasileiro, terá que recorrer às equipes dominantes (Vasconcelos, 2011, p. 23).

Os times que tinham mais alcance, que recebiam valores maiores pelos direitos de transmissão de seus jogos, conseguiam mais dinheiro, mais torcida e mais títulos, com isso garantiam mais ganhos. Esse ciclo de ganhos de equipes com mais alcance televisivo continuam até hoje (Tabela 2), com os clubes do sul/sudeste tendo mais jogos televisivos e maiores folhas salariais, assim atraindo mais torcedores (Fernandes, 2020).

Na tabela a seguir vemos a diferença nas receitas de transmissão dos clubes da Série A do brasileiro de 2024. Dos 10 clubes com mais receita de transmissão, 8 são da região sudeste:

Tabela 2 - Receita com Direitos de Transmissão dos clubes da Série A do campeonato brasileiro de 2024.

Clubes da Série A de 2024	Receita com Direitos de Transmissão *valores em milhões
Flamengo	454 mi
Corinthians	295 mi
Botafogo	285 mi
Atlético-MG	248 mi
Palmeiras	244 mi
São Paulo	239 mi
Grêmio	179 mi
Fluminense	167 mi
Vasco	146 mi
Internacional	142 mi
Cruzeiro	138 mi
Fortaleza	118 mi
Bahia	113 mi
Juventude	94 mi
Vitória	91 mi
RB Bragantino	81 mi
Criciúma	60 mi
Atlético-GO	58 mi

Athletico-PR	58 mi
Cuiabá	56 mi

Fonte: Galapagos Capital, 2025

Com o que foi exposto percebemos que o torcer também é uma forma de status, por ser uma mercadoria, e o torcedor quer sempre torcer para um clube de um alto status e esse status é medido em forma de títulos e de jogadores de alto nível. Vasconcelos (2011) afirma que o torcedor nordestino que busca identificação com conquistas de alto nível no futebol precisa recorrer aos clubes dominantes, já que os times regionais ocupam posição marginalizada no cenário nacional.

7 CONCLUSÃO

O torcer misto em Pernambuco não é um fenômeno casual ou o resultado apenas de escolhas individuais. Pelo contrário, trata-se de um processo historicamente construído que reflete as desigualdades estruturais do sistema capitalista brasileiro e a subalternidade da região Nordeste frente ao domínio econômico e cultural do Sudeste.

Esse fenômeno é comum no Nordeste porque a região foi historicamente construída como subalterna no projeto de desenvolvimento brasileiro. A decadência da economia açucareira e o forte desenvolvimento e investimento do Sul transformaram o Nordeste em fornecedor de mão de obra e capital para as regiões mais ricas do país. Os aparelhos privados de hegemonia, especialmente a mídia, ativamente construíam e reforçavam um imaginário de inferioridade nordestina, propagando a ideia de uma região marcada pela seca, pela pobreza e pelo atraso. No futebol, essa subalternidade se manifesta na forma como os clubes nordestinos são tratados como periféricos, com menor acesso aos recursos de transmissão, menores receitas e menor capacidade de competir pelos principais títulos nacionais e internacionais.

Compreender porque alguns torcedores conciliam a torcida local com a torcida para um clube de outra região passa por compreender o futebol como uma mercadoria, e os torcedores como seus consumidores. A centralização das principais emissoras de rádio e televisão no eixo Rio-São Paulo criou um sistema de visibilidade profundamente desigual, no qual os jogos, os ídolos e as narrativas futebolísticas do Sudeste eram constantemente transmitidos para todo o país, enquanto o futebol nordestino permanecia marginalizado, invisível aos olhos da grande mídia nacional. Essa exposição desproporcional gerou um ciclo vicioso: mais visibilidade atraía mais patrocínio, com mais patrocínio permitia contratar melhores jogadores, melhores jogadores geram mais títulos, e mais títulos consolidavam ainda mais a hegemonia desses clubes no imaginário nacional.

O torcer misto surge como uma estratégia do torcedor de participar dos níveis mais altos de reconhecimento no campo futebolístico. Torcer para um clube local significa afirmar uma identidade regional, manter vivos os laços de pertencimento comunitário e resistir, de alguma forma, à homogeneização cultural imposta pelo dominante. É uma forma de preservar a conexão com a região. Por outro lado, torcer para um clube do Sudeste representa o acesso simbólico ao prestígio, às conquistas de grande visibilidade, aos títulos nacionais e internacionais que raramente chegam aos clubes nordestinos. É uma forma de compensar a

subalternidade regional, de sentir-se parte da elite futebolística brasileira, de consumir uma mercadoria de alto valor simbólico.

O torcedor não abandona seu clube local, mas adiciona a ele um clube de maior status, criando uma identidade dupla que dialoga com as contradições de ser nordestino em um país estruturalmente desigual. O torcedor misto consegue, simultaneamente, afirmar sua identidade regional e participar do espetáculo futebolístico nacional, navegando entre dois mundos que raramente se encontram em condições de igualdade.

O fenômeno da torcida mista no Nordeste é, portanto, uma expressão futebolística da questão nordestina. Ele revela como as desigualdades regionais penetram profundamente na vida cotidiana, moldando até mesmo nossas paixões e pertencimentos mais íntimos. Ao mesmo tempo, demonstra a capacidade dos torcedores nordestinos de construírem identidades múltiplas e estratégias de resistência dentro de um sistema que historicamente os relegou à margem.

Compreender esse fenômeno exige olhar para além das escolhas individuais e reconhecer as estruturas históricas, econômicas e culturais que moldam o futebol brasileiro.

REFERÊNCIAS

CAMPOS, Flavio de; TOLEDO, Luiz Henrique de. Brasil na arquibancada: notas sobre a sociabilidade torcedora. **Revista USP**, São Paulo, n. 99, p. 123-138. 2013.

CASSIO ZIRPOLI. **Raio X das torcidas em PE tem Sport até a Zona da Mata, Timão no Agreste e Fla no Sertão**. Recife, 2025. Disponível em: <https://cassiozirpoli.com.br/raio-x-das-torcidas-em-pe-com-sport-ate-a-zona-da-mata-corinthians-no-agreste-e-flamengo-no-sertao/> . Acesso em:08/12/2025

CORREIA, Jones Mendes; FREITAS, Gustavo da Silva; KNUTH, Alan Goularte. Vínculos clubísticos de funcionários infames no futebol profissional da região sul do RS: Narrativas, pertencimentos e identidades. **Movimento**. Porto Alegre, RS, v. 24, n. 03, p. 789-800, jul/set. 2018.

DAMO, Arlei Sander. Futebol e estética. **São Paulo em Perspectiva**, v. 15, n. 3, p. 82–91, 2001.

DAMO, Arlei Sander. Bons para torcer, bons para se pensar: os clubes de futebol no Brasil e seus torcedores. **Motus Corporis**. Rio de Janeiro, v. 5, n. 2, p. 11-48, 1998.

DANTAS, Marina de Mattos; ANJOS, Luiza Aguiar dos; MENDES, Bárbara Gonçalves. Torceres: pensando diferentes possibilidades de pertencimento clubístico. **Licere**. Belo Horizonte, MG, v. 24, n. 01, p. 477-509, mar. 2021.

FERNANDES, Hévilla Wanderley. **A questão nordestina: Estado, Região e Futebol**. 2020. 179p. Dissertação (Mestrado em Ciência Política e Relações Internacionais) – Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2020.

GALAPAGOS CAPITAL. **Relatório Convocados 2025**. São Paulo, 2025. Disponível em: https://lp.galapagoscapital.com/relatorio_convocados . Acesso em: 05/12/2025.

HOLLANDA, Bernardo Borges Buarque de. A invenção do torcedor de futebol: imprensa esportiva, profissionalismo e a formação das torcidas organizadas no Rio de Janeiro (1936-1968). **História (São Paulo)**, São Paulo, v. 42, 2023.

IBGE. Agência de Notícias. **PIB cresce em todos os 27 estados do país em 2023**. Brasília, 2025. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/45142-pib-cresce-em-todos-os-27-estados-do-pais-em-2023> . Acesso em:08/12/2025

LIMA, Eduardo José Silva. **Recife entra em campo: história social do futebol no Recife (1905-1937)**. Dissertação (Mestrado em História Social da Cultura) – Universidade Federal Rural de Pernambuco, Recife, 2013.

MASCARENHAS, Gilmar. **Entradas e Bandeiras: A conquista do Brasil pelo futebol**. Rio de Janeiro: Ed. UERJ, 2014.

PALHARES, Marcelo Fadori Soares; SCHWARTZ, Gisele Maria. **Não é só a torcida organizada: o que os torcedores organizados têm a dizer sobre a violência no futebol?** [online]. São Paulo: Ed. UNESP, 2015, 129 p. ISBN 978-85-7983-742-5

RAYCHTOCK, Andrey. **A mídia e as torcidas mistas no futebol do nordeste**. 2015. Monografia (Bacharelado em Comunicação Social/Jornalismo) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2015.

SALDANHA, Renato Machado. **“Nem guerra entre as torcidas, nem paz entre as classes”: decifrando as Torcidas Antifascistas Unidas do Norte e Nordeste**. Tese (Doutorado em Estudos do Lazer) – Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2023.

SILVA, Sílvia Ricardo da Silva; SOUZA NETO, Georgino Jorge de. DA ASSISTÊNCIA E PERTENCIMENTO CLUBÍSTICO EM BELO HORIZONTE A CONSTRUÇÃO DE UM NOVO HÁBITO EM UMA NOVA CIDADE. **Fronteiras**. Dourados, MS, v. 12, n. 22, p. 61-88, jul/dez. 2010.

SANTOS, Amanda Farias dos. **Torcidas organizadas e sociabilidade juvenil no Nordeste**. 2009. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Universidade Federal de Alagoas, Maceió, 2009.

SOUZA NETO, Georgino Jorge de. A construção do ethos de torcedor na cidade moderna: “a rainha dos sports, os sururus e a victoria que o sol não viu” (1926-1930): The construction of the fan ethos in the modern city: “a rainha dos sports, os sururus e a victoria que o sol não viu” (1926-1930). **Caminhos da História**, Unimontes, MG, v. 25, n. 1, p. 16–40, 2020. Disponível em: <https://www.periodicos.unimontes.br/index.php/caminhosdahistoria/article/view/2624>. Acesso em: 10 out. 2025.

SOUZA, Adriano Lopes de. **Duas paixões: o torcer misto em Maceió**. 2014. Monografia (Graduação de Bacharelado em Educação Física) – Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2014.

VASCONCELOS, Artur Alves de. “Eu Tenho Dois Amores que em Nada São Iguais”: A Bifiliação Clubística no Nordeste. **Ponto Urbe**, n. 14. 2014. Disponível em: <http://journals.openedition.org/pontourbe/1441> ; DOI: <https://doi.org/10.4000/pontourbe.1441>

VASCONCELOS, Artur Alves de. **“Vergonha do nordeste”: O discurso dos torcedores “anti-mistos”**. In: XV ENCONTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS DO NORTE E NORDESTE e PRÉ-ALAS BRASIL. Teresina, PI. 2012.

VASCONCELOS, Artur Alves de. **Identidade futebolística: os torcedores "Mistos" do Nordeste**. 2011. 90f. – Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal do Ceará, Programa de Pós-graduação em Sociologia, Fortaleza (CE), 2011.