



## **A Copa do Mundo é sempre nossa: um estudo sobre a influência do evento na cultura dos londrinenses<sup>1</sup>**

Alana Nogueira Volpato<sup>2</sup>

Ana Carolina Sciena<sup>3</sup>

Ana Rafaela Saab Bastos<sup>4</sup>

Thaís Regina Módolo<sup>5</sup>

Maria Amélia Miranda Pirolo<sup>6</sup>

Universidade Estadual de Londrina, Londrina, PR

**RESUMO:** A Copa do Mundo de futebol, um dos maiores eventos esportivos mundiais, já conquistou dimensões exorbitantes. Possui influência na economia, no comércio, no turismo e muitos outros setores. Porém, a dimensão fundamental para esta pesquisa busca analisar a influência do evento na cultura dos adultos jovens da cidade de Londrina. O estudo foi viabilizado por meio de aplicação de questionário, configurando a fase quantitativa, e análise de conteúdo, na fase qualitativa. Explorando os efeitos da Copa do Mundo em alguns aspectos da cultura, como comportamento, rotina e patriotismo, pode-se concluir que o evento possui, sobretudo, a capacidade de cultivar a identidade e o sentimento de pertença à uma comunidade nacional. Sendo assim, surge a maior demanda em torno do esporte e da representação brasileira através dele: que esse sentimento permaneça após a Copa.

**Palavras-chave:** opinião pública; copa do mundo; cultura; identidade nacional.

### **INTRODUÇÃO**

A cada quatro anos, países do mundo todo levam suas respectivas seleções para disputar a Copa do Mundo de futebol. A competição foi criada pelo francês Jules Rimet, em 1928, após ter assumido o comando da instituição mais importante do futebol mundial, a *Federation International Football Association* - FIFA.

A Copa do Mundo, um dos maiores eventos esportivos mundiais, já conquistou dimensões exorbitantes. Apresenta uma arrecadação significativa, movimenta a economia e, mais que isso, as pessoas que torcem por seus países. Apesar de apresentar níveis de influência em diversas escalas, o Brasil possui um envolvimento forte com a Copa do Mundo, sendo o único país que esteve presente em todas as edições do evento, além de possuir o maior número de títulos conquistados.

A partir daí pode-se entender porque um evento esportivo criado por um Francês, realizado pela primeira vez na Alemanha, seja tão adorado pelos brasileiros. Além de o futebol representar um importante papel na sociedade brasileira atual, o país tem uma

---

<sup>1</sup>Trabalho submetido ao XVIII Prêmio Expocom 2011, na Categoria Relações Públicas, modalidade Pesquisa de Opinião

<sup>2</sup> Aluno líder do grupo e estudante do 7º semestre do curso de Relações Públicas, e-mail: [laninhanv@hotmail.com](mailto:laninhanv@hotmail.com)

<sup>3</sup> Estudante do 7º semestre do curso de Relações Públicas, e-mail: [acsiena@gmail.com](mailto:acsiena@gmail.com)

<sup>4</sup> Estudante do 7º semestre do curso de Relações Públicas, e-mail: [nafaela\\_1@hotmail.com](mailto:nafaela_1@hotmail.com)

<sup>5</sup> Estudante do 7º semestre do curso de Relações Públicas, e-mail: [thais\\_modolo@hotmail.com](mailto:thais_modolo@hotmail.com)

<sup>6</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Relações Públicas, e-mail: [mapirolo@uol.com.br](mailto:mapirolo@uol.com.br)



história única e diferenciada na Copa do Mundo. Daí a relevância desse evento na afirmação da identidade nacional e, conseqüentemente, a relevância na cultura do brasileiro.

Nesse estudo, cultura adquire seu sentido antropológico, que explica que o homem não era muito diferente dos outros animais quando era guiado apenas pela sua biologia. O ser humano se diferenciou por transmitir seus aprendizados para as gerações seguintes. Assim, percebeu que era necessário organizar suas atividades, criando funções específicas. Dias (2003) define cultura como tudo que o homem cria além da biologia para sobreviver, como valores, crenças, hábitos, costumes, ritos, tecnologia, entre muitos outros.

O esporte está diretamente relacionado à cultura, afinal pode ser considerado um fenômeno cultural. É um definidor da cultura e da identidade de determinado país. O Brasil, por exemplo, é considerado o país do futebol, porque tem a tradição de exportar muitos jogadores brasileiros para times europeus.

Segundo Morgan e Summers (2008) o esporte não só funciona como parte de uma cultura, mas também contribui para moldá-la. O futebol no Brasil tem grande importância e serve como base para que muitos jovens de famílias menos estruturadas possam ter ou idealizar um futuro melhor.

Se o esporte é associado à mídia, o poder de influência no sentimento de nação aumenta, através da comunicação massiva e da imagem construída do brasileiro. Isso ocorre não só com o futebol, mas com eventos que mobilizam grupos que possuem bases semelhantes, como história, nacionalidade, realidade, a ponto de se tornar decisivo na formação da identidade e da cultura. No caso em questão, os meios de comunicação massivos encontraram um ponto comum que se sensibiliza durante a Copa do Mundo: a imagem do torcedor brasileiro.

Este se recobre de signos da pátria, proliferando seu ufanismo e seu orgulho de pertencer àquelas cores, que da mesma forma serão defendidas e acompanhadas ao vivo em todas as partes do planeta. É uma (supra)identidade criada, que tem dia e hora para começar e também para acabar. No Brasil, a “pátria de chuteiras”, esse processo é bem evidente, seja pelo alto envolvimento da sociedade pelo esporte, seja pelo monopólio das transmissões dos jogos da Seleção Brasileira por uma única emissora, que transforma uma partida de futebol num ato cívico de amor à pátria... (COSTA, 2007, p. 3)

Esse processo de formação da identidade nacional envolve fatores como religião, história, política, língua. Cada país possui sua narrativa, e é isso que diferencia as nações e as culturas. O exemplo brasileiro, segundo Costa (2007) envolve o samba, a famosa receptividade, feijoada e, sobretudo, a paixão pelo futebol.



Conforme a Associação Internacional de Esporte e Cultura (ISCA), que possui cerca de 140 organizações afiliadas em quatro continentes, o esporte possui um papel importante no cultivo de identidades locais, regionais ou nacionais, podendo ser colocado como difusor de opiniões e questões culturais. Além disso, a ISCA considera que o esporte é fundamental para que os cidadãos desenvolvam um sentimento de pertença em relação à sociedade na qual estão inseridos.

## **1 OBJETIVO**

Essa pesquisa de opinião pública teve como principal objetivo verificar qual a influência da Copa do Mundo na cultura dos jovens adultos londrinenses, relevando aspectos como comportamento, rotina e patriotismo. Na fase quantitativa buscou-se constatar a opinião dos entrevistados sobre esses temas. Já a qualitativa visou investigar a cobertura da imprensa local em relação ao evento, visando comparar o grau de paridade entre a opinião dos entrevistados e a abordagem da imprensa sobre os temas em questão.

## **2 JUSTIFICATIVA**

Tendo em vista a importância do esporte na promoção da cultura, na criação de um sentimento de pertença e no fortalecimento de uma identidade nacional, é interessante pensar essa influência na realidade brasileira, tão fortemente embalada pelo futebol. A Copa do Mundo é um evento que consegue mobilizar multidões, afetando diretamente o cotidiano de muitos brasileiros. O próprio potencial de mobilização ligado ao esporte é um campo interessante para a comunicação, uma vez que pode ser utilizado com diversas finalidades. Quando um sentimento forte se alia, as possibilidades se ampliam.

Esse impacto é nítido em algumas situações, mas é preciso buscar especificamente quais as áreas mais afetadas por essa mobilização. Se tratando de uma Copa do Mundo, o sentimento que se aguça é o de nacionalidade e, sendo assim, pode-se pensar a relação do patriotismo com a cultura, além das formas de demonstração desse sentimento de identidade nacional. É preciso compreender se essa empatia realmente se aguça nesse momento e se facilita relações cotidianas e, ainda, mobilizações específicas. Para isso, cabe a pesquisa quantitativa, buscando as opiniões individuais em relação aos temas.

Por outro lado, a formação da cultura depende de diversos fatores: a região, a religião, o convívio social, a educação, entre outros. A mídia representa uma das principais formas de se compreender o mundo, formar opiniões, definir prioridades e construir significados. Assim, pode-se colocar a mídia de duas formas: primeiro, como a voz da sociedade, que representa a opinião pública, suas reivindicações e conflitos; e em segundo,



como a responsável por definir as informações que serão difundidas na sociedade e, portanto, aquela que a opinião pública acaba por representar.

Ribeiro (2003, p 121) afirma que a imprensa “é responsável pela constituição do imaginário social, já que é por meio dela que os grandes fatos são postos em debate e que se constituem os pontos de vista.” Isso ocorre devido ao juízo comum na sociedade de que o jornalismo acaba por ser o principal representante da sociedade. (Oliveira, 2004)

Essa tendência se firma com o crescimento do entretenimento e da publicidade ligados ao jornalismo, ampliando a força da influência sobre a formação da sociedade. Diniz (2008, p 11) explica que

assim como uma consciência coletiva, (os meios de comunicação) vão gerar regras de conduta, reforçar comportamentos e moldar estereótipos (...). A imprensa teve – e certamente mantém até os dias atuais – um papel de grande relevância para a construção de uma identidade nacional, uma vez que o estabelecimento de um projeto de nação moderna passa incontornavelmente pela afirmação da língua vernácula, o que se dá através da educação e da literatura ou da música, mas igualmente do jornalismo, que ainda se responsabiliza pela difusão e legitimação de lideranças políticas e vultos históricos, intelectuais e artistas, identidades e estigmas.

Através desses argumentos, pode-se perceber a influência da mídia e, especificamente, da imprensa na formação da cultura e da identidade nacional, duas forças diretamente relacionadas com o tema da Copa do Mundo. As representações nacionais e a globalização se chocam no evento e a imprensa tem o papel de mostrar esses dois lados em convivência. Ainda, certamente a imprensa tem papel fundamental em fomentar o interesse do leitor pelo esporte.

Para isso, vale analisar o conteúdo abordado pelos jornais da cidade para perceber de que forma os assuntos relacionados à Copa do mundo são tratados, levando em consideração o poder de influencia que a própria imprensa possui. Sendo feita essa análise, será possível perceber se as pessoas têm a mesma visão e se os entrevistados se mobilizam para o evento no mesmo patamar que a imprensa. Essa comparação é fundamental para avaliar o quanto as pessoas acompanham e absorvem a cobertura da Copa, e quanto se mobilizam em virtude desta.

A questão da mobilização é fundamental para averiguar o quanto a Copa do Mundo afeta no sentido prático o cotidiano das pessoas. Por isso compreender as atitudes, os comportamentos e a demonstração da paixão é essencial: são esses fatores que poderão indicar se o patriotismo realmente aflora durante o período da Copa do Mundo.



### **3 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS**

A metodologia proposta para este estudo é a dialética, por ser uma forma de investigação da realidade que releva o processo histórico e os conflitos sociais sendo, portanto, a mais adequada para que se possa compreender a cultura dos envolvidos. Serão relacionados os métodos quantitativo e qualitativo, sendo cada um desenvolvido em uma fase da pesquisa.

A fase quantitativa foi concretizada através de aplicação de questionário estruturado com questões fechadas, tendo como público alvo homens e mulheres da cidade de Londrina, que tenham entre 15 e 30 anos de idade, tidos como adultos jovens pela classificação gerontológica da Organização Mundial da Saúde (OMS). A população será de 384 pessoas, amostra que representa a população da cidade, segundo o Departamento de Estatística da Universidade Estadual de Londrina.

Para integrar a pesquisa, a fase qualitativa viabilizada por meio da técnica de análise de conteúdo, tendo como objeto de análise a versão online do jornal local a “Folha de Londrina”, no período de 01 de junho a 10 de julho de 2010. O período determinado configura a cobertura do evento desde uma semana antes do início da Copa do Mundo, até uma semana após o final.

### **4 DESCRIÇÃO DO PROCESSO**

A primeira etapa realizada foi a quantitativa, com o objetivo de descobrir, junto à população predefinida, quais os principais impactos da Copa do Mundo na cultura dos londrinenses. Foram elaboradas vinte hipóteses, agregando alguns aspectos pertinentes, sendo eles: alteração da rotina durante os jogos, do Brasil ou outros times; mudança de comportamento durante jogos, sendo do Brasil ou de outros países; planejamento prévio para acompanhamento dos jogos; utilização de adereços; patriotismo; expressões de fala; acompanhamento dos jogos da Copa do Mundo; comportamento de torcida; superação de preconceitos.

Esses temas foram abordados com a finalidade de se constatar, primeiramente, as mudanças ocorridas no cotidiano dos entrevistados em decorrência dos jogos, bem como a importância dedicada ao momento das partidas. Além disso, foi diferenciado o momento dos jogos do Brasil e de outros países. Outra constatação buscada tem relação com a utilização de adereços durante a Copa do Mundo e o motivo desse uso. O patriotismo é analisado nesse momento, e também em relação aos valores lembrados pela seleção

brasileira. A fim de averiguar possíveis mudanças no comportamento e, ainda, tendências coletivas, buscou-se expressões de fala que tenham marcado o período, além de alterações na conduta dos entrevistados, tanto em relação ao acompanhamento de futebol, quanto a mudanças no próprio comportamento de torcedor. Finalmente, buscando compreender se a Copa do Mundo fomenta o sentimento de “comunidade nacional”, por meio da empatia, perguntou-se sobre a superação de preconceitos no período em questão. Para tanto, foi elaborado questionário com quinze questões fechadas, aplicado com 384 entrevistados.

Os dados foram interpretados através de gráficos e das porcentagens resultantes da aplicação dos questionários. Inicialmente, pode-se perceber o impacto da Copa do Mundo sobre a rotina dos entrevistados já que 43% dos respondentes afirmaram alterar sua rotina por conta dos jogos da seleção brasileira na Copa do Mundo. Quando perguntados se a alteração da rotina envolvia todos os jogos do evento, esse número cai para 35%. Essa mudança demonstra que o evento em si tem um valor alto para os londrinenses, mas que os jogos do Brasil possuem maior relevância.

Além disso, 45% dos entrevistados planejavam com antecedência o acompanhamento dos jogos do Brasil. Quando se tratavam de jogos de outros times a porcentagem de pessoas que planejam assistir os jogos cai para 37%. O número de pessoas que não costumam acompanhar jogos de futebol, mas o fizeram durante a Copa aumenta, sendo de 33% do total de entrevistados. A maioria dos respondentes (65%) também afirma que seu comportamento (beber, torcer por um time, falar palavrão, ir a bares) foi alterado de alguma forma durante a Copa do Mundo

O acompanhamento da Copa do Mundo levou a concordância (87%) de que houveram expressões que marcaram o evento. As mais lembradas foram “Jabulane” (40%) e “Cala boca Galvão” (32%). A Copa também impulsionou 85% dos entrevistados a usarem alguém adereço com as cores do Brasil. Os principais motivos pelos quais esses eram utilizados foram o apoio a seleção brasileira (26%) e o patriotismo (17%).

Finalmente, o questionário abordou quais os valores mais relacionados à seleção brasileira, sendo que alegria foi o mais lembrado (31%), seguido de patriotismo (21%). Por fim, um resultado interessante aborda a temática do preconceito, já que 23% dos entrevistados afirmam ter superado, durante a Copa do Mundo, alguma forma de preconceito. Por mais que essa seja uma porcentagem pequena, esse é um tema que envolve a inibição em aceitar o próprio preconceito e, por isso, é um assunto delicado. Em sua maioria (63%) o preconceito superado envolvia outros times e nacionalidades, e em outros 30% dos casos envolvia diferença de cor.

Com a análise quantitativa, pode-se perceber que a Copa do Mundo, de maneira geral, possui uma influência na cultura dos londrinenses à medida que afeta seu cotidiano, expressando uma alteração nas ações, rotina e costumes dos entrevistados. Fica clara a importância dedicada ao evento e aos jogos do Brasil, seja através do planejamento prévio para assistir aos jogos, pela utilização de adereços ou, ainda, pelas noções de que o patriotismo fica em evidência nesse período, e são reforçados, na maioria dos casos, valores positivos em relação ao Brasil.

A partir desses resultados, passamos para a segunda fase da pesquisa, realizada por meio de análise de conteúdo, tendo o corpus constituído através da seleção de títulos, pelo principal jornal da cidade de Londrina em circulação, sendo esse a “Folha de Londrina” (FL). A seleção de exemplares se deu pela data de publicação dos jornais em questão, sendo a escolha feita para os exemplares de uma semana antes do início do evento até os publicados uma semana após o término da Copa do Mundo. O acesso a esses exemplares se deu através do acervo on-line da FL.

A seleção de conteúdo foi feita levando-se em conta as matérias que, substancialmente, apresentavam culturalmente a Copa do Mundo, a seleção brasileira de futebol e o técnico da seleção, Dunga, como temas. As categorias definidas para a melhor exploração dos dados são: 1) oportunidades trazidas pela Copa; 2) consumo; 3) seleção brasileira; 4) costumes; 5) Dunga; 6) crítica à Copa; 7) variedades.

Através da análise de conteúdo foi possível chegar a diversas inferências sobre a influência da Copa do Mundo e da mídia na cultura dos londrinenses. Para o delineamento das inferências, primeiramente, foi feita uma abordagem quantitativa, a fim de identificar o espaço do jornal destinado ao evento. Em um segundo momento, foram analisadas as principais abordagens feita pela mídia nas categorias definidas.

No material selecionado, foram encontradas 64 matérias que se referiam aos temas anteriormente relacionados, sendo que se distribuíram entre as categorias: oportunidades (8%); consumo (5%); seleção brasileira (25%); costumes do torcedor (25%); Dunga (20%); críticas (14%); e variedades (3%). Pode-se perceber que o principal foco é a Copa do Mundo em si, e não seus impactos na economia ou na sociedade. O único aspecto que vai contra a regra é, exatamente, o cultural, sendo que os costumes do torcedor foram amplamente abordados.

Também vale relatar que 25 das 40 edições analisadas possuíam na capa do jornal pelo menos uma chamada sobre a Copa do Mundo. No período em questão, foram veiculadas 704 matérias no caderno Folha Esportes, das quais 379 (54%) abordavam a

Copa do Mundo em diferentes aspectos. Os trechos aqui selecionados foram retirados de matérias encontradas em variados cadernos, como esporte, economia, cidades, mundo, geral, folha 2 e opinião, demonstrando que a Copa do Mundo foi pauta para os mais diversos assuntos. Pode-se considerar que a *Folha de Londrina* dedicou amplo espaço do jornal para a cobertura do evento. O espaço reservado para mostrar o valor que a copa tem para os Londrinenses se reflete na quantidade de matérias publicadas no período e o espaço que foi reservado à isso, comprovando os objetivos da pesquisa de que existe uma sincronia entre o que os leitores pensam e o que é publicado a respeito da copa do mundo.

Com a finalidade de mostrar claramente como a análise contribuiu para o alcance dos objetivos propostos nessa fase da pesquisa, o desenvolvimento da análise foi dividido pelas categorias previamente definidas. Assim, pôde-se mostrar como cada uma delas se enquadra nos objetivos.

Na categoria “oportunidades” foram apreciadas matérias que abordavam as oportunidades trazidas pela Copa do Mundo, encontradas tanto para a mobilização e desenvolvimento social quanto para produção cultural. Foi citada a importância de se manter o patriotismo aguçado pela Copa durante os outros períodos do ano, para outros fins. Outra demanda é a de se manter o sentimento de união e igualdade trazido nesse período com o intuito de superar diferenças.

Na categoria “consumo” fica claro que os esportes, especialmente o futebol no Brasil, exercem influência na economia através do apelo ao consumo. Essa efervescência do mercado é impulsionada desde pela compra de eletroeletrônicos, como televisores e home theaters, até pelo consumo de artigos específicos de apoio a seleção brasileira. Outras matérias mostraram, ainda, que mesmo que alguma lojas possam deixar de lucrar pela falta de movimento em dias de jogo do Brasil, bares e restaurantes que investem na transmissão dos jogos tem vantagem.

Enquanto a categoria “seleção brasileira”, foram publicados tanto erros como acertos da equipe, destacando valores como garra, união e alegria, que representam não só a seleção como o povo brasileiro. As matérias publicadas no período próximo ou posterior a eliminação da seleção colocaram sua atuação em questão.

O treinador da seleção teve grande destaque nos jornais, como apreciado pela categoria “Dunga”, com matérias cotidianas, em sua maioria exclusivas. Em um primeiro momento, colocaram Dunga como um importante líder, comprometido e sério. Por mais que apontassem erros, mostravam também os aspectos positivos do trabalho. Em alguns





momentos sua escalção foi colocada como duvidosa. Posteriormente, foram veiculadas também matérias nas quais Dunga reclamava da imprensa.

A categoria “críticas à Copa” foi encontrada substancialmente na coluna Opinião do Leitor, mostrando que o leitor também possui uma visão crítica sobre a Copa do Mundo e a cultura do espetáculo. As matérias apontam para o evento como “o ópio do povo”, que enquanto diverte e une, também aliena e distrai e população de temas realmente relevantes, como a política. Outra crítica freqüente é feita ao patriotismo imediato desse período, que deveria se manter ao longo dos anos.

A abordagem feita pela *Folha de Londrina* aos “costumes” do torcedor durante o período da Copa corrobora com os dados encontrados na pesquisa quantitativa. De maneira geral, mostra como o evento influencia nas atitudes e no cotidiano dos brasileiros, não só como torcedores, já que esse período tem alterações, por exemplo, no trabalho.

A seleção brasileira teve muito espaço nos jornais, assim como seus jogadores e técnico. Foram ressaltadas a garra e a união da seleção, o potencial dos jogadores e a liderança de Dunga. Um ponto fundamental é que a seleção é apresentada como símbolo de alegria para os brasileiros, sendo que essa também é tida como uma característica que representa o Brasil. Não só a cultura brasileira foi abordada, mas sim as mudanças que a Copa do Mundo possuía sobre a cultura e as conseqüências desse impacto.

Em diversos momentos falou-se da importância da união e do patriotismo entre os brasileiros, e sobre a angústia que existe no sentido de se desejar esses sentimentos para além da Copa. É interessante notar que o futebol, por ser uma paixão do povo brasileiro, consegue criar laços importantes que dificilmente surgem em outros períodos, ou por outros motivos, e que o esporte pode ser objeto de trabalho em diversos aspectos.

Isso também fica claro na opinião dos leitores que, por um lado, acreditam que o futebol anestesia a população, desviando sua atenção de assuntos importantes para um assunto de lazer. Por outro lado, protestam a favor do sentimento criado nesse período, desde que seja utilizado em favor do país.

## **5 CONSIDERAÇÕES**

Considerando os objetivos específicos de cada fase da pesquisa, além das constatações por elas levantadas, pode-se chegar a algumas conclusões que envolvem o cotidiano e os costumes dos londrinenses durante a Copa do Mundo, além do patriotismo e o sentimento de “ser brasileiro” que é revitalizado durante esse período.



Primeiramente, pode-se afirmar que a Copa do Mundo, sobretudo os jogos da seleção brasileira, possui uma forte influência no cotidiano dos londrinenses, alterando sua rotina, devido às mudanças de horário convencionais feitas para adequá-los aos jogos do Brasil. Além disso, os costumes de grande parte dos entrevistados são alterados especificamente nesse período como, por exemplo, o ato de assistir futebol ou acompanhar um campeonato. O cotidiano representa a vivência das pessoas e, por isso, configura um elemento importante da cultura.

Outro ponto importante mostra que esse momento facilita a superação de preconceitos, devido ao sentimento criado durante a Copa. Esse talvez seja o ponto mais interessante da pesquisa, que mostra que as regionalizações parecem ficar pequenas perto do sentimento de “comunidade nacional” que surge através da torcida. Nesse momento, todos deixam de ser londrinenses, ricos, pobres, homens, mulheres, religiosos ou ateus. Abandonam seus “rótulos” anteriores e se tornam, efetivamente, brasileiros.

É desse sentimento de união, dessa mobilização social que surge a maior demanda em torno do esporte e da representação brasileira através dele: que esse sentimento permaneça após a Copa. Que as pessoas possam se reconhecer como brasileiras e, por meio dessa empatia, possam ir além de suas diferenças e trabalhar juntas para superar os obstáculos do dia-a-dia.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Associação Internacional de Esporte e Cultura. Acesso em: 15/05/2010. Disponível em: <http://www.ggu.com.br/pt/index.php?menuh=intercambio>
- Acervo online da Folha de Londrina. Acesso em 25/08/10. Disponível em: < [www.bonde.com.br/folhadelondrina/?oper=arquivo](http://www.bonde.com.br/folhadelondrina/?oper=arquivo)>
- Classificação gerontológica OMS. Acesso em: 20/05/2010. Disponível em: < <http://cm-tarouca.pt/image/projecto.pdf>>
- COSTA, Sergio Roberto Mendonça. Nação, comunidade imaginada pela mídia? O futebol-espetáculo e as identidades nacionais. In: III ENECULT – Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura, 2007, Salvador-Bahia.
- DIAS, Reinaldo. *Cultura Organizacional*. Campinas: Editora Alínea, 2003.
- DINIZ, J. P. *Papel do jornal da construção social de identidades*. IV ENECULT – Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura, 2008.
- MORGAN, Melissa Johnson; SUMMERS, Jane. *Marketing Esportivo*. São Paulo: Thomson Learning, 2008.
- OLIVEIRA, M. R. *Discursos sobre o Dever-Ser Jornalístico: construindo um capital simbólico*. Trabalho apresentado ao NP 02 – Jornalismo, do IV Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom 2004.
- RIBEIRO, P. F. N. Estratégias de persuasão e de sedução na mídia impressa. In: PAULIUKONIS, M. A. L. e GAVAZZI, S. *Texto e Discurso: mídia, literatura e ensino*. Rio de Janeiro: Lucerna, 2003.