

ÍDOLOS ESPORTIVOS: A INFLUÊNCIA NA INICIAÇÃO AO ESPORTE

Renata Luiza Pereira¹
Ricardo Afonso de Castro¹

Hederson Pinheiro de Andrade²

RESUMO

O presente estudo objetivou investigar a influência dos ídolos na iniciação a prática esportiva entre crianças. Nesse sentido foram investigados 100 (cem) alunos de um Colégio em Trindade-GO, com idade entre 11 a 14 anos, com a aplicação de questionários com perguntas abertas. Analisando os resultados, concluiu-se que o esporte mais praticado entre eles é o futebol e que os ídolos esportivos causam influência em suas atitudes.

PALAVRAS-CHAVE: ídolos, futebol, iniciação esportiva.

SPORTING IDOLS: INFLUENCE ON GETTING STARTED WITH SPORT

ABSTRACT

The present study aimed to investigate the idols influence in initiating the practice of sports among children. One hundred (100) students of a college in Trindade-GO were investigated, aged 11-14 years, with the use of a questionnaire with open questions. Analyzing the results, it was concluded that football is the most popular sport among them and that sports idols cause influence by their attitudes.

KEYWORDS: idols, soccer, sporting initiation.

¹ Acadêmicos do curso de Educação Física da Faculdade União de Goyazes.

² Orientador: Prof. Esp. Hederson Pinheiro de Andrade, Faculdade União de Goyazes.

1. INTRODUÇÃO

O Brasil consolidou a imagem de país do futebol, para muitos brasileiros é uma atividade de lazer. Enfim, o futebol faz parte da vida de grande parte da população. Muitas crianças experimentam a emoção e o prazer desse esporte, praticando o futebol, por diversão ou até mesmo no sonho de virar um jogador profissional de futebol. Nas camadas sociais populares, o futebol foi uma das diversões mais procuradas, que se consolidou como a mais importante, tornando-se o principal passatempo que propiciou participação direta e intervenção do povo (MELO, 2000).

Por meio dele, a sociedade se expressa, ou seja, o povo extravasa suas características emocionais profundas (DAOLIO, 2003). Assim, com o passar do tempo foram surgindo os mitos que possibilitaram a melhor divulgação do futebol, que são vistos pela sociedade como seus ídolos, e esses passam a influenciar a prática de esporte e serve como estímulo para a iniciação esportiva. A imagem do ídolo é sempre carregada de várias obrigações, já que tem a responsabilidade de aq dar um bom exemplo, por serem admirados por muitos.

Tudo que é divulgado por eles através da mídia, todos querem usar ou fazer. De acordo com Sanfelice (2001) a mídia explora o potencial rentável do futebol de diversas formas, como, por exemplo, a televisão. Deste modo, a mídia ajuda muito a divulgar, construir uma imagem dos ídolos do futebol, como ditar moda, mudar costumes, entre outros. Por esta razão, no universo do futebol os candidatos a jogadores almejam a fama no que fazem.

Pelo fato da maioria dos atletas terem as origens pobres, os jogadores tentam de tudo para se tornarem famosos, com o apoio dos familiares muitos tentam entrar em clubes ricos e quando conseguem muitos não estão preparados cognitivamente para a fama e acaba não tendo um bom desempenho físico. Kocian Et. Al. (2005) afirmam que “o componente ideal para uma competição esportiva seria a junção de componentes físicos, com componentes mentais e emocionais”.

Nessa perspectiva o presente estudo tem como objetivo investigar a influência dos ídolos na iniciação esportiva de alunos com idade entre 11 a 14 anos.

2. HISTÓRIA DO ESPORTE

Pelo fato do esporte caminhar sempre junto com o homem, como a necessidade de nadar, arco e flechas, lutas etc. não se pode precisar a sua origem. Nesse sentido, Figueiredo, (2003) destaca que quando se descobre no Egito, na Necrópole de Beni-Hassan, em 1850 a.C., um mural com figuras praticando a luta em vários movimentos, fica mais do que provado que temos mais de quatro mil anos de esportes.

No entanto, há divergentes histórias para o esporte, não se sabe onde realmente ele surgiu. De acordo com Figueiredo (2003) há provas de arremesso em 1830 a.C., e de salto em altura em 1160 a. C., ambas na Irlanda. Na Noruega existem vestígios dos primeiros esquiadores e na Rússia os primeiros remadores e pescadores.

Os relatos mais divulgados indicam que o esporte pode ter as suas origens na sociedade grega. Vargas (1995) aponta que os jogos da Grécia antiga contribuíram de forma significativa para o surgimento de uma visão integral da educação humana em seu conjunto físico, intelectual, ético, estético e moral.

2.1 HISTÓRIA DO FUTEBOL

Para Duarte (1997), o fato de o futebol ter surgido na Inglaterra contribuiu muito para o seu desenvolvimento, devido ao momento de prosperidade vivido por aquele país na época. Ele era praticado por operários europeus e posteriormente inserido nos ambientes acadêmicos.

De acordo com Nascimento (2009, p. 23-24) “quem de fato trouxe o futebol para o Brasil, foram os ingleses no final do século XIX, período de surgimento das indústrias e das grandes cidades no nosso país”. O futebol foi trazido para o Brasil por Charles Miller, onde se tornou um esporte muito popular e praticado pela maioria dos brasileiros.

Helal (2001) afirma que “em quase toda produção sobre a história do futebol brasileiro encontram-se três momentos narrativos integrados, que falam da chegada do futebol inglês e elitista ao Brasil, da sua popularização e do papel central do negro nesse processo”.

O futebol além de ser uma paixão popular, também é o esporte mais praticado no Brasil. Ele encena um coletivo ritual cheio de intensa densidade dramática e cultural, em consonância com a nossa realidade brasileira. É a combinação de simbologias, por meio das quais podemos estudar o Brasil (MURAD, 1996).

Segundo Antunes (1994, p.109) o futebol “transformou-se em fenômeno social de grande importância, envolvendo uma complexa rede de relações sociais e de interesses, às vezes mais, às vezes menos divergentes”. Com isso, tornou-se muito importante para nosso país. DaMatta (1982) entende o futebol como um fenômeno social que está intimamente ligado à sociedade e que atinge todas as camadas sociais. Para ele o futebol seria como um vínculo entre todas as classes sociais. Pelo fato de todos terem acesso a ele através da mídia, que ajuda a divulgar o esporte por todo o país.

Com o passar do tempo o Brasil foi considerado o país do futebol, e este integrou-se a cultura brasileira. Por meio dele, a sociedade se expressa, ou seja, o povo extravasa suas características emocionais profundas (DAOLIO, 2003). Por esta razão, o futebol é visto como parte importante da sociedade brasileira. Da Matta (1982) entende este esporte como um fenômeno social que atinge todas as camadas sociais, pois é como um veículo para as dramatizações da sociedade.

Desse modo os jogadores também possuem seu papel enquanto ídolos a serem admirados e seguidos e que pertencem ao campo mítico.

2.2 MITO

De acordo com o dicionário mini Aurélio mito significa relato sobre seres e acontecimentos imaginários, que fala dos primeiros tempos ou de épocas heróicas. Narrativa de significação simbólica, transmitida de geração a geração dentro de determinado grupo e considerada verdadeira por ele. Idéia falsa, que distorce a

realidade ou não corresponde a ela. Pessoa, fato ou coisa real valorizado pela imaginação popular, pela tradição, etc. coisa ou pessoa fictícia irreal; fabula.

Mitos são modelos de exemplos dos comportamentos humanos, revelam histórias, que se refere á realidade. Desse modo o mito é definido da seguinte forma:

O mito define-se pelo seu modo de ser: não se deixa interpretar enquanto mito, a não ser na medida em que *revela* que qualquer coisa se *manifestou plenamente*, sendo que esta manifestação, por sua vez, *criadora e exemplar*, já que tanto funda uma estrutura do real como um comportamento humano. Um mito narra sempre que qualquer coisa se *passou realmente*, que um acontecimento teve lugar no sentido estrito da palavra, quer se trate da criação do Mundo, da mais insignificante espécie animal ou vegetal, ou de uma instituição (ELIADE, 2000, p. 8-9).

De acordo com Camargo (1995) mito opõe-se a tudo que é verdadeiro e real, desse modo, assume o sentido de mentira, ficção ou ilusão (CÉSAR, 1998; ELIADE, 2004). Para Campbell (2002, p. 28), “[...] uma mitologia é uma organização de imagens e narrativas simbólicas, metáforas das possibilidades da experiência humana e a realização de uma dada cultura num determinado tempo”. Assim, os ídolos pertencem a esse campo mítico.

2.3 ÍDOLO

A palavra ídolo vem do grego, *eidôlon*, e significa imagem. “Quando se torna um modelo para a vida dos outros, a pessoa se move para uma esfera tal que se torna possível de ser mitologizada” (CAMPBELL, 1990, p.16). Esse modelo é conhecido como ídolo, quem as pessoas admiram e passam a seguir. Assim, os fãs constroem uma imagem de seus ídolos no cotidiano.

E o ídolo passa a compor uma nova condição de vida, sendo que é essa mudança de vida pode ser passageira, ou não, mais transmitem uma imagem publica de pessoas vitoriosas, na imaginação de milhares de pessoas. Como Campbell (1990, p.13) afirma: “você desiste de sua vida pessoal e aceita uma forma socialmente determinada de vida, a serviço da sociedade de que você é membro”.

Eles podem ser comparados com os heróis. Servem como inspiração e modelos para outras pessoas. Assim, “O herói parte do mundo cotidiano e se

aventura numa região de prodígios sobrenaturais; ali encontra fabulosas forças e obtém uma vitória decisiva; o herói retorna de sua misteriosa aventura com o poder de trazer benefícios aos seus semelhantes (CAMPBELL, 1992, P. 36).

Representam elementos criados, simbolicamente, para alimentar sentimentos das pessoas de acordo com a forma que conseguem sustentar uma identidade, tanto local quanto nacional ou até mesmo universal (HELAL, 1999). Pelo fato deles representarem o povo, carregando a identidade da nação são exemplos a ser seguidos por toda a sociedade. Assim, todos querem de alguma maneira ser um pouco parecido com seu ídolo, ou ser ele por um breve instante. E acabam sendo, mesmo sem talento e visibilidade, o cidadão encerra o anonimato com consumo de bens materiais e simbólicos, que de certa forma o deixa igual ao seu ídolo. Nesse sentido,

a mídia fornece os recursos: os instrumentos e a fantasia. Aulas práticas. Oportunidades. O mundo é performado dentro da mídia diariamente. E nós, seu público, performamos ao lado dele, como jogadores e participantes, imitando, apropriando-nos e refletindo sobre as verdades e falsidades deles (SILVERSTONE, 2002, p. 136).

Por esta razão, entendemos que a mídia divulga os ídolos para a população e conseqüentemente passam a seguir seu estilo de vestir, jogar entre outros, ditando uma espécie de moda.

2.4 MÍDIA

Anderson (2005) já mencionava como os jornais e as línguas nacionais foram importantes no século XIX para a formação dos estados nacionais, envolvendo toda a população em torno de notícias comuns e abrindo espaço para a construção das identidades nacionais. Com o rápido desenvolvimento humano, os jornais surgiram para identificar e possibilitar a passagem de informação, para a população, evoluindo para as mídias atuais como televisão rádios, etc.

De acordo com Sanfelice (2001) a mídia explora o potencial rentável do futebol de diversas formas, como, por exemplo, a televisão. Nesse sentido, tudo o que a mídia divulga a respeito de ídolos todos querem seguir como modelo.

Hatje (2003), afirma que o principal alvo da mídia é o esporte, que passa informações, estimula a criação do imaginário e transmite elementos para interpretação do mundo, rivalizando assim com a escola e a família na formação de valores, que sempre é transmitido através dela de vários meios.

Segundo Bitencourt Et. Al. (2004) os grandes eventos esportivos conseguem ser transformados em discursos midiáticos capazes de atingir os sujeitos em seus mais variados espaços de sociabilidade por meio das mídias que consomem. E ela divulga todos os eventos que acontecem, tanto nacionais como mundiais.

Requena (1995) aponta a sedução dos locutores televisivos dirigidos aos telespectadores. Segundo ele, o mecanismo de sedução, passado pela mídia, se desenvolve todo no imaginário. Não há como diferenciar entre uma fala verdadeira de algo ficcional. Sempre deve haver a dúvida do que ele fala realmente é o que esta de fato acontecendo.

2.5 INICIAÇÃO ESPORTIVA E A RELAÇÃO COM OS ÍDOLOS

Segundo Zacarias (2014) a iniciação esportiva pode ser tratada como o período em que a criança começa a aprender de forma específica e planejada a prática esportiva em geral. Nesse sentido, toda criança que começa a praticar qualquer atividade física de forma organizada, pode ser tratado como iniciação esportiva.

De acordo com Greco e Benda (2001) os métodos tradicionais levam a uma aprendizagem restrita, pois os educandos não conseguem incorporar o conhecimento teórico: limitados à apresentação prática do professor, são simples executantes de gestos e técnicas, de forma mecânica e automatizada. Com isso fica mais difícil de ensinar e começar uma iniciação esportiva.

Cada um tem uma característica própria na hora da aprendizagem, e tem que ser respeitada para ter um maior aproveitamento. Segundo Ramos e Neves (2008

p.17) “é necessário que se conheçam e respeitem suas características para que ela seja transformada”.

Filgueira (2005), afirma que o primeiro fator a ser considerado são as fases de desenvolvimento físico da criança. Para o autor há várias transformações na estrutura física e social da criança nas suas faixas de idade, que modificam com o decorrer do tempo. É um processo de socialização dos indivíduos, e possuem implicitamente determinados valores, conhecimento, condutas, rituais e atitudes próprios do grupo social no âmbito que se realiza a iniciação. Desta forma, a iniciação não é apenas o momento de início da prática de um esporte, mas a totalidade de uma ação que envolve o processo e o produto.

Nessa lógica, o produto é determinante no conhecimento do indivíduo inserido na iniciação ao esporte. No caso específico o ídolo (produto), exerce grande influência na opção pela modalidade bem como em valores e atitudes que se destacam tanto na prática esportiva, como nas características da personalidade.

Dessa forma é possível observar que o ídolo pode ser um facilitador ou um complicador na iniciação esportiva. A condição de facilitador acontece se entender que o ídolo é um dos responsáveis pelo desenvolvimento inicial das habilidades motoras da criança, além de ser o facilitador do contato com hábitos de atividade física e esportiva (RÚBIO Et. Al., 2000). Porém, algumas vezes essa expectativa pode ser um complicador, por gerar ansiedade e angústias, promovidas por exemplos negativos e despreparo do ídolo na conduta com a sua imagem para a criança, levando-a ao abandono da prática esportiva ou até na mudança de atitudes.

Deste modo, quando um atleta se torna um ídolo, tende a não estar preparado cognitivamente para a fama, isso acontece pelo fato, da maioria dos atletas terem as origens pobres. Para Chen e Singer (1992) alguns atletas são mais bem-sucedidos que outros no aprendizado e domínio de habilidades, eles podem controlar e dirigir processos cognitivos através do uso de estratégias apropriadas.

Nesse sentido entendemos que os atletas preparados cognitivamente, tende a ter mais sucesso quando alcança a fama. Caso isso não aconteça, não conseguem se concentrar para jogar por não estarem preparados, acabam nem conseguido jogar direito. Fabiani (2007, p. 2) afirma que “as competições esportivas

consistem num processo que envolve uma série de fatores, dentre eles o treinar, o competir, o superar os limites físicos e mentais”.

3. METODOLOGIA

O delineamento desse estudo é observacional transversal descritivo. Foram investigados cem (100) alunos do colégio estadual Eurídice Santana Lima, em Trindade, Goiás. No qual foi feito um questionário (em anexo) com os alunos, no intuito de perceber a influência que um ídolo exerce na iniciação esportiva. Nesse estudo, foi utilizado um questionário aberto, que posteriormente culminou na análise das respostas dos alunos e das discussões.

3.1 ASPECTOS ÉTICOS DA PESQUISA

O presente projeto de pesquisa teve início após ter sido submetido à avaliação e aprovação do Comitê de Ética e Pesquisa da Faculdade União de Goyazes (FUG) sobre o protocolo nº 045/2014-1. Antes, porém, os participantes foram esclarecidos sobre o estudo e os pais, assinaram o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, além disso, foi necessária a autorização verbal das crianças (ANEXO I) conforme a Resolução 499/13 do Conselho Nacional de Saúde. Foi garantindo aos participantes tanto o anonimato, quanto a liberdade de retirar o consentimento, se não desejarem mais participar. Após a apresentação do artigo, o mesmo será arquivado na biblioteca da Faculdade União de Goyazes.

3.2 PROCEDIMENTOS PARA COLETA DE DADOS

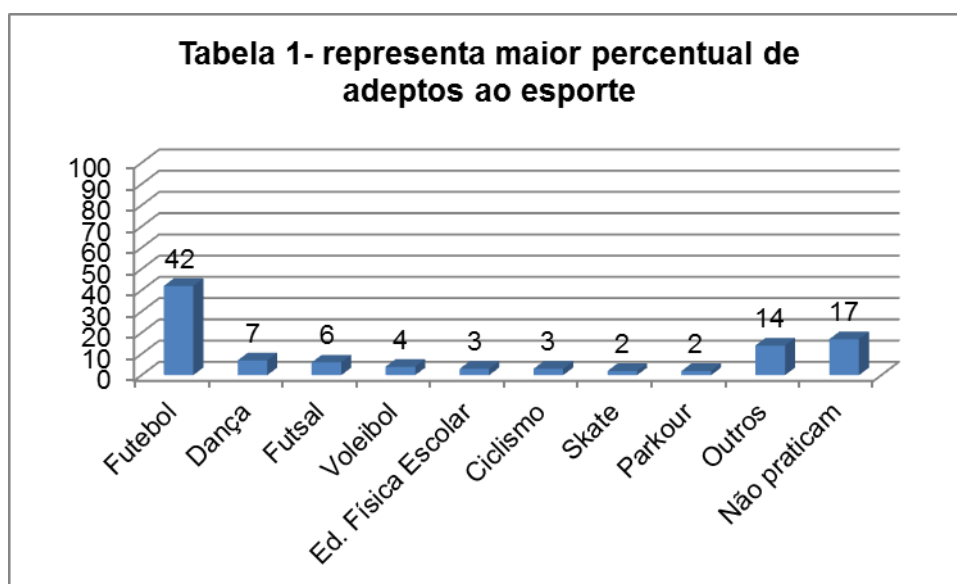
Foi agendado com responsáveis do colégio o horário para a aplicação dos questionários. Após aceitar fazer parte da pesquisa, os pais e responsáveis assinaram o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, no dia anterior a aplicação do questionário, além disso, foi necessária a autorização verbal das crianças no dia da aplicação do questionário. Os participantes foram submetidos ao questionário previamente estruturado.

3.3 ANÁLISES DOS DADOS

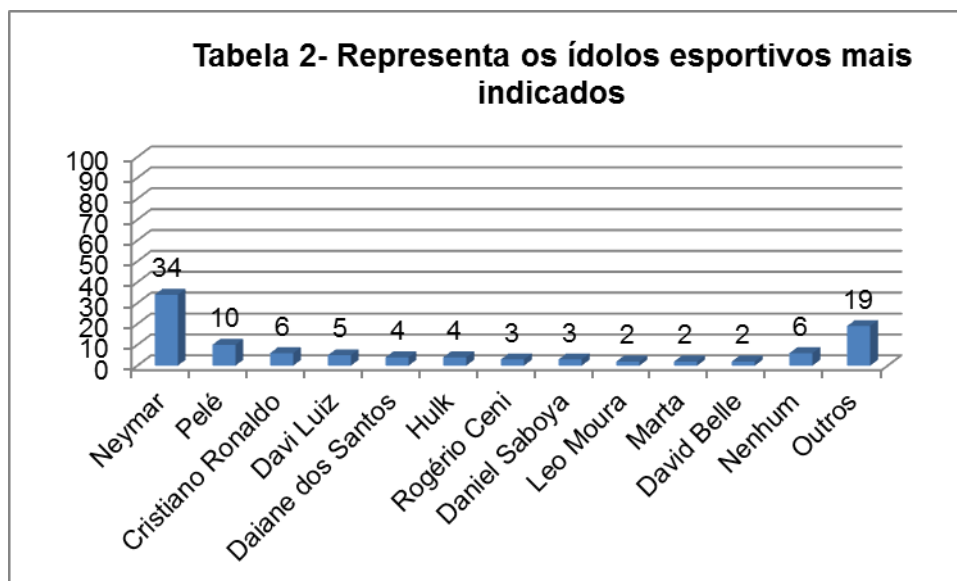
A análise discursiva foi registrada dentro da abordagem descritiva “Na pesquisa descritiva não há interferência do investigador, que apenas procura perceber, com o necessário cuidado, a frequência com que o evento acontece” (MARCONI e LAKATOS, 2001).

4. RESULTADO E DISCUSSÕES

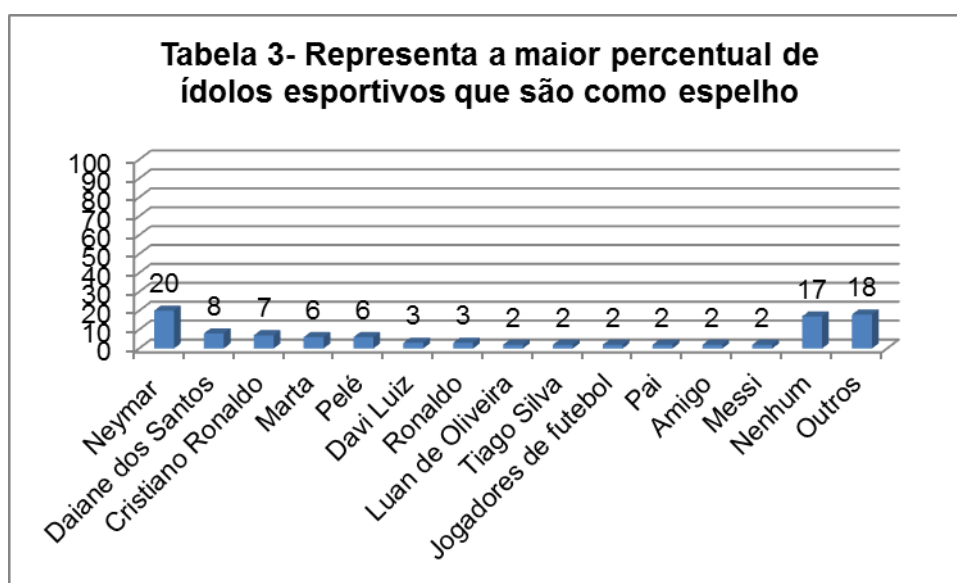
Para a coleta de dados, foi utilizado um questionário com perguntas abertas e que culminaram nos resultados. Para melhor elucidar as discussões, os resultados das perguntas foram organizados em gráficos.



No gráfico os dados comprovam que a preferência da maioria dos brasileiros é a prática de futebol, bem como o futsal que está intimamente ligado, pois, é o esporte mais conhecido no Brasil e mundialmente, e ele tornou-se uma paixão brasileira. Com isso, de quatro em quatro anos ocorre um campeonato mundial, no qual há participação das melhores seleções do mundo todo, e em cada momento é realizada em um país diferente. O Brasil conquistou cinco títulos mundiais, sendo a única seleção com essa quantidade de títulos no mundo. Assim, tanto as crianças como adultos experimentam essa emoção além de assistindo, praticando o futebol. Segundo Antunes (1994, p.109) o futebol "transformou-se em fenômeno social de grande importância, envolvendo uma complexa rede de relações sociais e de interesses, às vezes mais, às vezes menos divergentes".

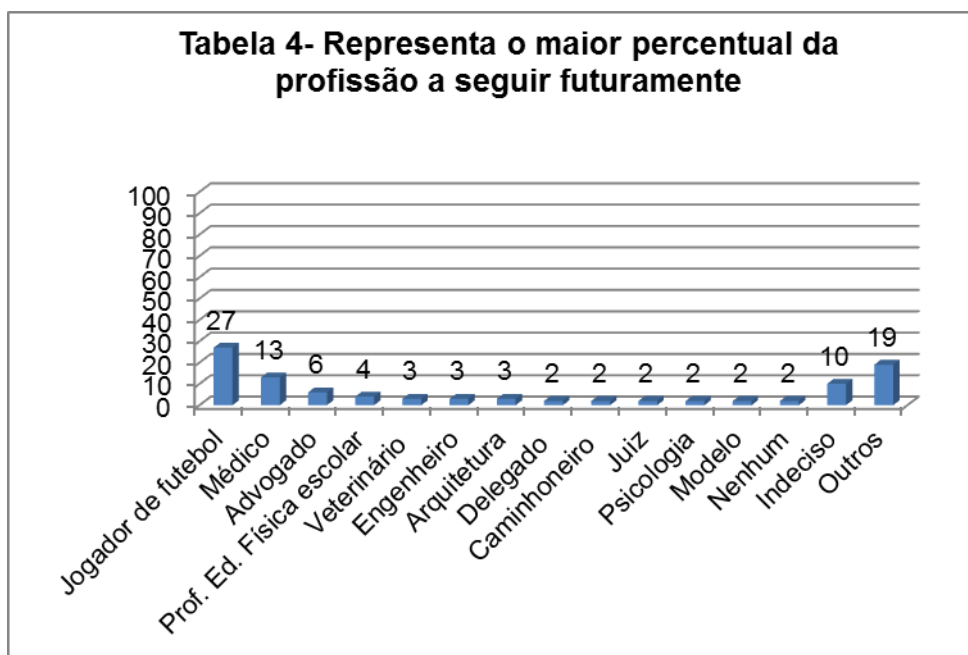


Como pode ser comprovado, Neymar é o atleta que obteve a maior preferência como ídolo pelos alunos, pois ele é um bom jogador de futebol e saiu de família humilde e com seu talento conquistou o mundo, sendo hoje um jogador muito popular. Seguido por Pelé que foi considerado o rei do futebol, que na época que jogava fez o maior número de gols, entre os jogadores até hoje. DaMatta (1982) entende o futebol como um fenômeno social que está intimamente ligado à sociedade e que atinge todas as camadas sociais. Nesse sentido, parece que os alunos por pertencerem à classe média baixa, enxergam nesses ídolos a possibilidade de mudança em seus níveis de vida socioeconômicos.

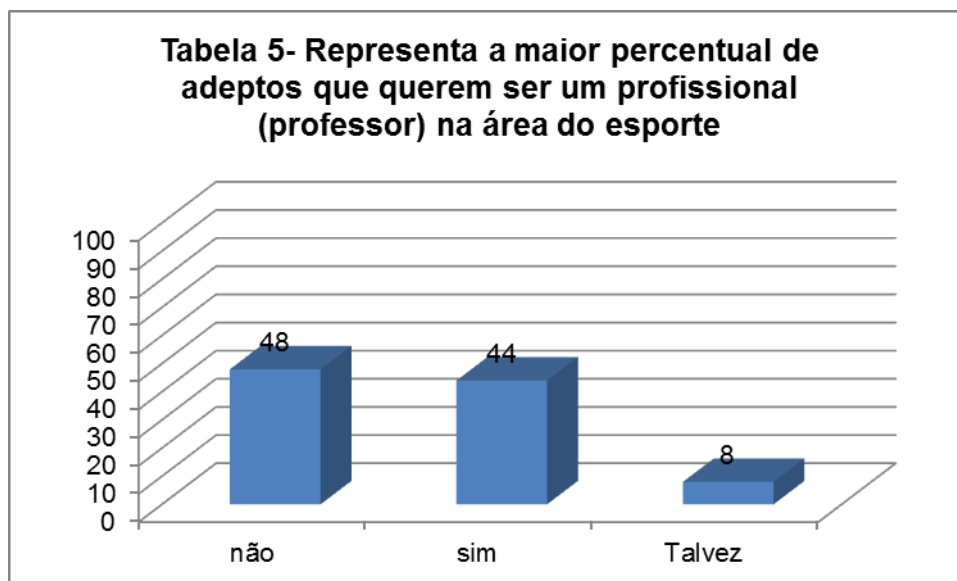


O gráfico demonstra que Neymar é o ídolo, no qual os alunos mais se espelham como atleta. Pelo fato dele ser uma pessoa famosa, bem sucedida como

um espelho para sociedade. Nesse sentido, muitos querem ser parecido com ele, se espelham na forma que ele se veste, no seu corte de cabelo, além de utilizar marcas famosas no qual seu ídolo usa. Comprovando assim a afirmação de que “Quando se torna um modelo para a vida dos outros, a pessoa se move para uma esfera tal que se torna possível de ser mitologizada” (CAMPBELL, 1990, p.16).



A profissão que os alunos mais pretendem seguir futuramente é ser jogador de futebol, assim demonstrado no gráfico. Eles pretendem seguir a profissão de jogador de futebol pelo fato da mesma trazer a fama, além de melhorar a sua situação financeira e ser reconhecido mundialmente. Assim poderá sair da sua vida humilde e melhorar de vida. De acordo com Sanfelice (2001) a mídia explora o potencial rentável do futebol de diversas formas, como, por exemplo, a televisão. Nesse sentido, tudo o que a mídia divulga a respeito de ídolos todos querem seguir como modelo.



Os dados também demonstram que a maioria dos alunos não pretende seguir futuramente uma carreira ligada ao esporte. Por acharem que uma profissão no caso específico de professor na área do esporte não gera boa renda, além de ser muito cansativo trabalhoso e desvalorizado no mercado de trabalho, o que não promove a fama.

Mesmo assim, uma boa parte dos alunos, responderam “sim”. Eles vêem uma boa oportunidade em fazer o que gosta e ainda ganhar dinheiro com isso. Sendo um bom profissional (professor), podem sim atingir a fama, evidenciando com exemplos dos técnicos de futebol que são famosos.

5. CONCLUSÃO

Ao término desta pesquisa concluímos que os ídolos esportivos são muito importantes para os alunos e para que pratiquem atividades físicas, ele serve como influência para a prática do futebol. De acordo com os dados apresentados, o esporte mais praticado é o futebol, por consequência os ídolos esportivos mais citados também foram referentes a essa modalidade, como o Neymar por exemplo. Além disso, a profissão mais indicada pelos alunos foi ser um jogador de futebol, talvez por ser uma profissão na qual se ganha dinheiro sentindo prazer e fazendo o que gosta.

Outro dado que chamou bastante atenção, é que um pouco mais da metade dos pesquisados não pretendem seguir carreira voltada ao esporte, enquanto professores. Talvez pelo fato que algumas profissões nessa área não serem tão valorizadas, de renda baixa, além de ser trabalhoso.

Portanto, fica evidente, a partir dos dados, que a maioria dos entrevistados praticam alguma atividade física e possuem um ídolo como modelo, no caso específico no futebol. Além de muitos que pretendem seguir a profissão de jogador de futebol, sair do anonimato, de uma vida humilde e alcançar a fama e o prestígio. Sendo assim, o estudo comprova que os ídolos esportivos influenciam na iniciação esportiva.

6-ANEXOS

Questionário

ÍDOLOS ESPORTIVOS: A INFLUÊNCIA NA INICIAÇÃO AO FUTEBOL

Idade: _____ anos

Sexo: () feminino () masculino

Série: _____

1-Você pratica algum esporte? Qual?

2-Alguém te motivou a pratica de esporte?

3-Você assiste esportes pela televisão?

4-Quem e seu ídolo no esporte?

5-Como você conheceu ídolo?

6-Em quem você se espelha como atleta?

7-Caso não pratique futebol, você conhece algum jogador desta modalidade? Como? Ele te motiva a realizar esportes?

8-Quem é seu ídolo no futebol? Qual jogador você gostaria de ser?

9- Qual profissão você quer seguir futuramente?

10-Você quer ser igual ao seu ídolo? Por quê?

11-Você quer ser um profissional na área do esporte?

12-Você gosta de se vestir parecido com seu ídolo?

13- Você concorda que seu ídolo possui um tipo de dom, para jogar?

14-Você considera seu ídolo importante?

15-Você mudou a forma de jogar e vestir em função da influencia de seu ídolo? Qual é a maior influência que esse ídolo causa em você?

7. REFÊRENCIAS

ANDERSON, B. **Comunidades imaginadas: reflexões sobre a origem e a expansão do nacionalismo**. Lisboa: Edições 70, 2005.

ANTUNES, F. M. R. F. - 1994 - O Futebol nas Fábricas. In **Revista USP**, no.22. São Paulo: USP.

BITENCOURT, F. G. et AL. Ritual olímpico e os mitos da modernidade: implicações na dialética universal/ local. **Anais do II congresso sul Brasileiro de Ciências do Esporte**. Criciúma, SC: 2004.

CAMARGO, V. R. T. **Nadadores brasileiros: campeões ou ídolos esquecidos?** 1995. Dissertação (Mestrado em Educação)-Faculdade de Educação, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 1995.

CAMPBELL, J. **O herói de mil faces**. São Paulo: Cutrix, s/d.

CAMPBELL, J. **O herói de mil faces**. 2ª. edição. São Paulo: Pensamento, 1992.

_____. **O poder do mito**. São Paulo: Palas Athena, 1990.

CÉSAR, C. M. Implicações contemporâneas do mito. In: MORAIS, Régis de (org.). **As razões do mito**. Campinas: Papirus, 1998.

CHEN, D. e SINGER, R. N. (1992). **Self-regulation and cognitive strategies in sport participation**. *International journal of sport psychology*. 23:277-300.

CLARK, J.; WHITALL, J. **Motor developmet: an introduction**. Quest, Champaign, v.40, 1989a. Special issue on motor development. What is motor development? The lessons of history. Quest, Champaign, v.41, p.183-202, 1989b.

DAOLIO, Jocimar. **Cultura: Educação Física e Futebol**. 2. ed. Campinas: Editora da UNICAMP, 2003.

DAMATTA, R. Esporte na sociedade: um ensaio sobre o futebol brasileiro. In: DAMATTA, R. (org.). **Universo do futebol: esporte e sociedade brasileira**. Rio de Janeiro: Pinakotheke, 1982.

DUARTE, O. **Futebol: histórias e regras**. São Paulo: MakransBoods do Brasil 1997.

ELIADE, M. **Mitos, sonhos e mistérios**. Lisboa: Edições 70, 2000.

FERREIRA, A. B. de H. **Dicionário Mini Aurélio**. 4°. ed. 2000.

FIGUEIREDO, O. D. **História dos esportes**. 4º ed. São Paulo: Ed. Senac, 2003.

FILGUEIRA, F. M. **Aspectos físicos, técnicos e táticos da iniciação ao futebol**. Revista Digital - Buenos Aires – ano 11- nº 103 – Dezembro de 2005. Disponível em <<http://www.efdeportes.com>> acesso em: 01set. 2014.

GALLAHUE, D. L.; OZMUN, J. C. **Compreendendo o desenvolvimento motor**. 3º ed. 2005.

GALLAHUE, D. L.; OZMUN, J. C. **Undertanding motor development: infants, children, adolescents**. 2º ed. Indianópolis: Brown & Benchmark Publishers, 1995.

_____. **Compreendendo o Desenvolvimento Motor**. Bebês, crianças, adolescentes e adultos. São Paulo: Phorte , 1º ed., 2001.

GALLAHUE, D. L. & OZMUN, J. C. **Compreendendo o Desenvolvimento Motor: bebês, crianças, adolescentes e adultos**. São Paulo: Phorte Editora. P. 641. 2003.

GRECO, P.; BENDA, R.. **Iniciação esportiva universal/ 1. Da aprendizagem motora ao treinamento técnico**. 1º. ed. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2001.

HELAL, R. Mídia, Ídolos e Heróis do Futebol. **Revista comunicação, movimento e mídia na educação**. Santa Maria/RS: CEFD/UFSM, V.2, ano 2, 1999.

HELAL, R.; SOARES A. J. e LOVISOLO, H. **A invenção do país do futebol: mídia, raça e idolatria**. P. 13. 2001.

KOCIAN, R. C. et al. Aspectos psicológicos positivos e negativos de uma concentração esportiva: uma visão dos atletas. **Revista digital edportes**. Buenos Aires, 2005, n. 89. Disponível em <<http://www.efdeportes.com/efd89/concen.htm>> Acesso em: 30 set. 2014.

LOPES, J. S. L. A vitória do futebol que incorporou a pelada. **Revista USP**, Dossiê Futebol, São Paulo, n. 22, p. 64-83, 1994.

MURAD, M. Dos pés à cabeça. **Elementos básicos de Sociologia do Futebol**. Rio de Janeiro: Irradiação Cultural, 1996.

MELO, Victor A. de. **A cidade “sportiva”: o turfe e o remo no Rio de Janeiro (1843-1903)**. **MotusCorporis**, Rio de Janeiro, v. 7, n. 1, p. 191-208, 2000.

NASCIMENTO, I. B. **O futebol como agente de inclusão social**: Um estudo sobre o desenvolvimento humano a partir das práticas pedagógicas em escolinhas de futebol de Salvador – BA. 2009. 89 p. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Humano e Responsabilidade Social) - Faculdade Visconde de Cairu, CEPPEV - Centro de Pós-Graduação e Pesquisa Visconde de Cairu. Salvador.

RAMOS A. M., NEVES, R. L. R. **A iniciação esportiva e a especialização precoce á luz de teoria da complexidade-notas introdutórias**. Pensar a Pratica 11/1: 1-8, jan./jun. FEF-UFG 2008.

REQUENA J.G. **“El discurso televisivo: espectáculo de laposmodernidad ”**. Cátedra, Madrid, 1995.

RÚBIO, K. Alteridade. In: GONZÁLEZ F. J. & FENSTERSEIFER P. E. (orgs). **Dicionário Crítico de Educação Física**. Unijuí: Ijuí, 2000.

SANFELICE, G. R., HATJE M. & Carvalho, S. características e valores veiculados em programas esportivos de televisão. **Revista comunicação, movimento e mídia na educação física**. V. 6. Santa Maria: UFSM, 2001.

SILVERSTONE, Roger. Por que estudar a mídia? São Paulo: Loyola 2002.

STEFANELLO, J. M. F. **Treinamento de competências psicológicas**: em busca da excelência esportiva. Barueri (SP): Manole, 2007.

VARGAS, Â. L. S. **Desporto, fenômeno social**. Rio de Janeiro: Sprint, 1995.

ZACARIAS, A. R. **A influência do fator idade na iniciação esportiva: ate onde a idade inicial da prática limita o futuro do atleta?**, 2014/1.

,