

O torcer, o bar e o torcer no bar: diálogos possíveis.¹

Felipe Vinícius de Paula Abrantes²

Futebol e cerveja. No imaginário popular estas são duas das grandes paixões do brasileiro. Em certa medida, esta crença, este lugar comum foi um dos motivos que me levaram a investigação deste tema. De fato, em Belo Horizonte, que é considerada a capital dos bares³, observamos muitos bares transmitindo jogos de futebol, e além disso, estes bares conseguem reunir muitos torcedores, mesmo quando a partida transmitida está sendo realizada em BH ou ainda com transmissão na TV “aberta”. Portanto entender como esta relação se constrói, passou a ser um grande objetivo que culminou na pesquisa e que passo a compartilhar neste artigo. Porque o torcedor escolhe ir torcer no bar? Como ele se manifesta neste espaço? São só algumas das perguntas que trago e que me ajudam a enxergar e interpretar este quadro. Porém antes de trazermos as primeiras impressões do campo, entendo que é importante falarmos um pouco do torcer e do bar, a relevância de ambos para o fenômeno do lazer.

O diálogo entre o torcer e o lazer fica claro, a medida que entendemos o lazer como a vivência de atividade culturais, como divertimento, no tempo do não trabalho. Visualizamos isso no futebol tanto pela sua vivência prática, quanto na vivência da assistência, ou seja, do torcer. No entanto, o torcer carrega consigo uma gama de outros significados que vão além de um divertimento.

Damo (2005) ressalta que para algumas pessoas o torcer passa a ter um significado de identificação muito forte. O autor ressalta uma particularidade na assistência do futebol.

¹ Este artigo foi elaborado a partir das impressões iniciais da pesquisa de campo, do projeto de mestrado em estudos do lazer intitulado “Quando um bar se torna estádio: investigação acerca do torcedor e do torcer em bares de BH”.

² Discente do curso de mestrado do Programa de Pós-graduação Interdisciplinar em Estudos do Lazer – EEEFTO/UFMG. Licenciado em Educação Física (UFMG). Integrante do Grupo de Estudos sobre Futebol e Torcidas (GEFuT/UFMG).

³ No dia 25 de junho de 2009 foi publicada a lei nº 9.714 pela Prefeitura de Belo Horizonte, que reconhece a cidade como a capital dos bares e define o dia municipal dos bares e botecos a ser comemorado no sempre no terceiro sábado de maio. Ainda reforçando este “título” segundo a Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel) e a RankBrasil, (empresa de recordes), BH tem a maior quantidade de bares por habitante. Com 12.000 mil bares a quantidade per capita é de um bar para 166 habitantes.

Para muitos o torcer no futebol extrapola a questão sentimental mais superficial, que é gostar, amar ou estar apaixonado por uma entidade. Para estes esta atividade significa militar (não necessariamente frequentando os estádios), mas sim, caracteriza-se pelo *engajamento emocional*⁴. Este engajamento se torna característica principal para o pertencimento clubístico, para estas pessoas a escolha pelo clube não é circunstancial e nem por conveniência. O pertencimento denota um intenso envolvimento emocional, o que conhecemos pelo senso comum de torcedor “doente” (DAMO, 2005).

Devido a estas características, entendo ser profícua a análise do torcer e do pertencimento clubístico. E principalmente devido a passagem que deixa claro que o torcer, o momento de vivência na assistência do futebol, pode ocorrer também fora do estádio, vejo como oportuno um estudo de um outro local onde este torcer também aconteça com uma grande recorrência; os bares.

Os bares foram construídos historicamente como lugares muito relevantes para a vivência do lazer e fruição do ócio. No processo histórico de constituição do lazer, dos divertimentos da classe operárias, os mesmos aparecem como uma das principais opções dos trabalhadores que viveram no período de transição dos séculos XVIII e XIX, juntamente com as feiras e as festas⁵. Estes eram os principais produtos culturais consumidos na época. As tabernas assumiam um papel ambivalente, além de serem locais de concentração dos trabalhadores para o divertimento, de sociabilização, passou a ser também um espaço de mobilização e organização política.

“As autoridades passaram a se preocupar cada vez mais com “as tabernas, feiras e quaisquer grandes concentrações de gente – fonte de ociosidade, rixas, sedição ou contágio” (Thompson, 1987, p.60). As diversões populares eram encaradas como potencialmente perigosas por serem consideradas perturbadoras da ordem, porque se opunham à lógica do trabalho extenuado, porque estavam relacionadas a antigos estilos de vida que precisavam ser combatidos [...]” (MELO, 2010)

⁴ Termo cunhado por Arlei Damo em sua tese *Do Dom a Profissão* (2005).

⁵ Melo (2010) trata neste estudo de analisar as tabernas, porém devidos as aproximações que podemos fazer das mesmas com os bares que conhecemos, optei por utilizar o exemplo supracitado.

Ainda neste contexto histórico, as tabernas eram o tempo/espço encontrado pra uma maior reflexão e entendimento da exploração sofrida e do regime em vigor, por isso a intenção de controlá-los. No entanto, tal controle não impediu que estes espaços ainda continuassem a existir e ganhar importância como um espaço de lazer e sociabilização.

Este viés político presente no ambiente dos bares, mesmo dentro um outro contexto, se faz presente. Como podemos verificar fazendo uma análise do trabalho de Rolim (1997), que pesquisou os bares nas décadas de 1950 e 1960 na cidade de Curitiba. Neste trabalho a autora também encontra o papel que os bares desempenharam como um *locus* para o encontro e articulação política na cidade paranaense. A pesquisadora relata que os representantes políticos se reuniam e faziam alianças ou rompiam as mesmas geralmente no bar. Existiam também os bares com características mais modestas frequentadas pela classe operária, que também se articulavam politicamente. No entanto a autora ressalta que nestes dois tipos distintos de bares podem ser considerados como locais propícios para a vivência do encontro lúdico, a sociabilização. Apoiada em Simmel (1983) a mesma afirma que:

“A sociabilidade é a forma lúdica da socialização, ou seja, um círculo de sociabilidade reúne indivíduos, mas não individualidades, e não os reúne com um propósito específico que não seja o de reuni-los”.

Rolim (1997) ainda segue sua análise dizendo que apesar disso, os gostos e os prazeres presentes no bar são fundamentais como motivação para esta reunião. Mas seria possível também, entender o torcer por um clube de futebol como uma motivação para a sociabilidade no bar? Continuemos, pois esta análise dos bares, deixando o futebol fora de campo por ora. Rolim continua sua análise argumentando que os bares eram locais de encontro para os pares de pensamentos comuns, políticos e ideológicos. Nas décadas analisadas a capital paranaense passava por um intenso processo de urbanização e modernização. O que também influenciou a vivência nos bares e principalmente as pessoas que passaram a frequentá-los, nos anos que fazem parte do recorte feito pela pesquisadora, é certo viés distintivo que os bares mantinham, senão em todos, na maior parte deles. Em um estudo mais recente, Menezes (2009) mostra uma perspectiva diferente. A ideia dos bares como espaços de sociabilidade e de cunho bem mais democrático é o que vem no texto da autora. Seu objeto de análise são os bares do Rio

de Janeiro e o objetivo foi entender as diversas relações que ocorrem neste espaço e a importância o mesmo para a cultura carioca.

“Os bares e botequins, caracterizados como verdadeiros espaços de sociabilidade e de musicalidade tornaram-se, ao longo do tempo, ponto de encontro, centro de decisões, local democrático de diversão, descontração, criação, onde dialogam permanentemente diferentes e diferenças e onde muito da nossa música é (e foi) gestada[...]” (MENEZES, 2009. p. 50)

O bar com um *locus* propício para o encontro, para a sociabilidade é a principal tese defendida por Menezes (2009), no entanto a autora ressalta a diversidade existente entre estes locais. Os bares “pés-limpos” possuem uma característica mais higienizada e assim se distancia das características apresentada pela mesma no fragmento textual acima. Para ela os bares “pés-sujos” que mantêm a característica para o espaço autêntico de sociabilidade da sociedade carioca. Se percebe certa hierarquização, feita pela a pesquisadora, dando uma importância social maior aos bares economicamente e esteticamente menos requintados, como podemos ler no exposto abaixo:

“É bem verdade que nem todos os bares e botequins possuem a mesma alma carioca, os hoje chamados “pés-limpos” se distanciam dessa essência, pela sofisticação e pela clientela difusa que os frequenta. É quase que um modismo conhecer esses bares modernos. Os mais autênticos são, sem dúvida, os “pés-sujos”, ou seja, os botequins em seu estado natural, onde não há sofisticação na decoração, na acomodação, muito menos nos serviços prestados aos fiéis clientes que, em sua grande maioria, são vizinhos desses bares ou moradores das redondezas”. (MENEZES, 2009.)

Uma característica que atinge estes dois tipos de bares em igual proporção está no fato da bebida alcoólica ser fator essencial na sociabilidade. Gimenes (2004) nos diz que o consumo de bebida faz parte da incorporação do *habitus* dos bares independente do estilo adotado pelo mesmo. E também as *afinidades eletivas*⁶ das pessoas que estão neste ou naquele bar vão constituir a atmosfera do mesmo, ou seja, fazer dele um bar pé-sujo ou um bar pé-limpo. Porém a autora também deixa claro que além de tais afinidades, as características socioeconômicas de cada bar, a quantidade média do custo

⁶ Conceito utilizado pelo sociólogo Pierre Bourdieu (1988) em seu estudo sobre o *habitus* dentro das classes sociais. O termo remete às simpatias que se estabelecem entre as pessoas, fruto do mútuo reconhecimento do *habitus* e do estilo de vida de cada um. Ou seja, quais são os valores compartilhados entre os sujeitos. No momento em que as “afinidades eletivas” são estabelecidas, as características que dão a singularidade de sujeito são suspensas temporariamente.

dos produtos de cada estabelecimento é muito relevante para a definição do perfil do público frequentador do espaço. Um aspecto que deve ser lembrado e que também exerce uma influencia na sociabilidade presente nos bares diz respeito ao consumo de bebidas alcoólicas. Zanella (2011) por meio de um estudo etnográfico fez tal levantamento obtendo dados interessantes que devem ser considerados. Em seu trabalho o autor percebeu que o fato de consumir a bebida alcoólica é um valor, algo compartilhado, que faz parte das afinidades eletivas de todos os frequentadores do bar analisado no trabalho. Voltando a Gimenes (2004), que argumenta em seu trabalho que a presença de bares na cidade acentua a característica turística desta mesma localidade, pois são um complemento da oferta turística aos visitantes e mesmo aos naturais do município. Este fato é uma característica marcante para a capital mineira, como veremos a seguir.

A importância dos bares na cidade de Belo Horizonte é bem conhecida, e aonde também encontrarmos os bares “pés-sujos” e “pés-limpos” que contribuem, cada um a sua maneira, para a fama “botequeira” da capital mineira. Tal fama é reconhecida, no Brasil e até mesmo internacionalmente e coloca Belo Horizonte no posto de “a capital mundial dos bares”. A título de ilustração, Belo Horizonte já foi tema de diversas matérias jornalísticas de diferentes jornais e emissoras televisivas abordando o curioso fato de ser a cidade com maior quantidade de bar por habitante ⁷. Assim, no contexto da cidade de Belo Horizonte os bares ganharam grande importância econômica e turística e se configuram como importantes lugares para a vivência de lazer e como um simbólico ponto de encontro das pessoas. Apesar disso, trabalhos e pesquisas que tratem dos bares em Belo Horizonte são quase inexistentes. Durante a pesquisa bibliográfica foi encontrado apenas o trabalho de Pinto (2013) que faz uma análise da sociabilidade nos bares do Mercado Central na cidade de Belo Horizonte. Neste estudo, Pinto faz diversos apontamentos de fatos interessantes que merecem um estudo mais aprofundado. Os bares do Mercado, foco de sua análise, se configuram como espaço de encontro e sociabilidade. Muitos destes bares oferecem o mínimo quando a questão é conforto, no entanto a “tradição” construída por estes estabelecimentos parece ser o que é procurado por sua clientela. Muitos dos bares que possuem esta tradição consolidada se apoiaram no futebol e no torcer para isso. E em Belo Horizonte temos alguns exemplos de bares

⁷Folha de São Paulo, Hoje em Dia e The New York Times são alguns exemplos.

com este viés, como o Bar do Salomão e Bar do Orlando, ponto de encontro da torcida atleticana, o Mano's Bar, reduto da torcida celeste e o Bar da Sandrinha onde americanos se reúnem para assistir as partidas do Coelho.

O trabalho de campo da pesquisa, da qual este artigo é parte, é realizado em dois bares da capital mineira e se estenderá durante o ano de 2014, portanto este artigo se propõe apenas a caracterizar os settings da pesquisa de campo e trazer alguns apontamentos e impressões iniciais do campo que poderão estar presentes ao final da pesquisa e serem discutidos de forma mais aprofundada. O “bar atleticano” fica situado no bairro Planalto, localizado na regional Norte de Belo Horizonte. O bar elencado para análise durante os jogos do Cruzeiro Esporte Clube se situa no bairro Coração Eucarístico, região Noroeste da capital. A incursão aos bares foi e é realizada no campeonato mineiro (jogos das finais), nos jogos da Taça Libertadores, que pela primeira vez terá a presença de Atlético e Cruzeiro na mesma edição, durante a Copa do Brasil e nos jogos do Campeonato Brasileiro de 2014. Assim não existe uma data para o término da pesquisa de campo, sendo que, o próprio campo irá sustentar, ou não, a necessidade de mais registros no caderno de campo e registros iconográficos. Porém to, o limite para as incursões aos bares está definido pelo calendário do futebol brasileiro do presente ano⁸.

Os bares elencados para o estudo são pontos tradicionais dos torcedores em Belo Horizonte. O bar Galopeira e Cia, aonde serão acompanhados os jogos do Clube Atlético Mineiro nesta pesquisa, foi escolhido por possuir certa tradição no que se refere ao encontro de torcedores, além do fato desta mesma tradição, não ter sido propagada de forma *midiática*, sendo que os seus frequentadores, em sua maioria, são de moradores do entorno e possuem certo grau de vínculo uns com os outros, e com o proprietário do estabelecimento. Alguns bares são notadamente reconhecidos como “bares de futebol” e despertam o interesse de moradores de regiões mais afastadas da cidade ou até mesmo de turistas. Fato facilmente observado, por exemplo, no bar do Salomão. Outro ponto de reunião da torcida atleticana que, no entanto, acaba tendo uma grande rotatividade de pessoas em seu bar e, portanto não possui, ou possuindo em menor grau, as características que entendermos ser importantes para este trabalho, que é um público,

⁸ Existe a possibilidade que os times mineiros façam mais jogos dependendo do desempenho dentro das competições como; a Taça Libertadores da América, a Copa do Brasil e o Mundial de Clubes da FIFA, caso um deles conquiste o torneio Sul-americano.

relativamente fiel e tenha o bar como um ambiente no qual se sinta confortável, ou seja, tenha um sentimento de pertença àquele *setting* em questão. Em uma das incursões feitas ao Galopeira e Cia, antes do início da coleta de dados no caderno de campo, a proprietária do bar revelou que, apesar de ser torcedora do Cruzeiro tem preferência em transmitir os jogos do Atlético, pois possui o faturamento é maior.⁹ Em dias de jogos há toda uma preparação do bar. A calçada em frente ao estabelecimento, fica abarrotada de mesas e cadeiras e os torcedores se acomodam em frente a televisão, colocada também na calçada com a bandeira do Galo¹⁰ amarrada a mesa que sustenta a TV. Muitos torcedores, que pode chegar ao número de aproximadamente cem, dependendo do jogo, também se caracterizam com bandeiras, camisas, levam fogos e rojões. Outra característica interessante do bar é que ele se encontra muito próximo ao antigo centro de treinamento do Atlético, atualmente um de seus clubes sociais, a Vila Olímpica. O bairro que se localiza é o Planalto, pertencente à região Norte da capital.

Já o bar cruzeirense, fica situado no bairro Coração Eucarístico, aonde o número de botecos e a “fama” dos mesmos são grandes, porém, o bar do Paulinho também apresenta as características que encontramos no bar Galopeira e Cia da torcida atleticana. Os bares no Coração Eucarístico possuem um grande público de universitários uma vez que a PUC-MG também se localiza no bairro. Os bares “pés-limpos” ficam na praça chamada pelos estudantes e moradores como a Praça do Coréu¹¹. O bar do Paulinho não fica em tal praça, encontra-se em uma avenida um pouco mais distante da pracinha e da PUC o que acaba fazendo com que a maior parte de seus frequentadores seja de moradores do bairro. Podemos considerar o bar do Paulinho como um bar pé-sujo, se comparado aos outros bares do bairro, oferecendo como um de seus pratos, por exemplo, o famoso tropeiro. O proprietário do bar, Paulinho, é um cruzeirense “chato”, como fora denominado por alguns de seus clientes, também cruzeirenses, durante uma partida do clube celeste. Paulinho divide sua atenção em atender aos pedidos, assistir o jogo e torcer. Em umas das incursões feitas ao *setting*,

⁹ O bar também transmite jogos do Cruzeiro, mas quando há partida das duas equipes no mesmo horário, o jogo do Atlético é o escolhido.

¹⁰ Mascote do Clube Atlético Mineiro. É bastante comum que os torcedores se refiram ao clube utilizando esta alcunha.

¹¹ Modo como os moradores do bairro e da cidade de Belo Horizonte chamam o bairro Coração Eucarístico.

o jogo em questão foi transmitido também pelo canal aberto, o que fez com que o número de torcedores presentes ao estabelecimento diminuísse, porém, cerca vinte torcedores, mesmo podendo estar assistindo ao jogo em casa optaram por se concentrar no bar da Avenida Ressaca número 13.

Outro aspecto interessante que podemos observar no Bar do Paulinho é em relação ao pequeno número de mulheres presentes no bar. Fato que encontramos em outros espaços relacionados com a prática e a assistência do futebol, mas tendo também este número de forma crescente nos últimos anos, como podemos ver no exposto abaixo:

“El público del fútbol sigue siendo mayoritariamente masculino, aún cuando una sensible evolución se dibuja desde hace unos veinte años. Las encuestas llevadas a cabo en los años 1980 y alrededor de los años 1990 ponían en evidencia un modesto incremento del público femenino (de 7 a 14% según los lugares). Los datos más recientes⁷ sobre el público en Francia, Italia, España, Inglaterra muestran una fuerte progresión de espectadoras en los estadios: ellas conforman hoy entre el 20 y 25% del público.” (Bromberger, 2007)

Estes dados trazidos pelo antropólogo francês, Christian Bromberger (2007) se referem ao público feminino nos estádios e em países europeus, mas podemos considerar que os números no Brasil se aproximam bastante dos apresentados, e como dito anteriormente assim como no estádio em outros espaços para o torcer esta tendência parece se repetir, como pude observar, principalmente, no Bar do Paulinho. Gastaldo (2005) também observa e faz esta análise, e o seu campo de pesquisa também é o bar. O autor explicita que a presença nos bares para assistir às partidas de futebol fazem parte de uma performance de masculinidade. No entanto, existe uma realidade um pouco diferente no outro setting da pesquisa. No Bar Galopeira & Cia, da torcida atleticana, vemos mais mulheres presentes (se compararmos ao bar do Coréu), algumas acompanhando namorado e marido, mas muitas também em grupos, com outras mulheres. Vale ressaltar, porém que numericamente a presença de torcedores, homens e mulheres, é mais expressiva no bar atleticano o que pode influenciar nesta proporção.

Ainda fazendo uma análise preliminar dos bares estudados a questão da sociabilidade é facilmente observável. As rodas de conversas sobre futebol e até mesmo outros assuntos (em menor grau, principalmente no momento da partida), a interação entre as mesas do bar, a participação e a torcida de quem está ali a trabalho. O Bar do Paulinho é um local

bem significativo neste sentido. Apesar do número de frequentadores ser menor, todos ali se conhecem e se reconhecem enquanto um grupo, mais que isso, um grupo de torcedores do Cruzeiro. Logo quando estão chegando ao bar se cumprimentam e falam das expectativas para a partida perguntam como vão as coisas, a família... O proprietário, Paulinho, não se esquivava deste ritual. Para um desavisado ele pode se passar facilmente por um freguês. Vemos então a sociabilidade como: “uma forma de interação na qual os participantes se mostram a um só tempo interessados e descomprometidos, autonomizando suas atuações no sentido de evitar qualquer demonstração de um interesse objetivo nos assuntos tratados.” (Gastaldo, 2005. p. 108). E quando o jogo começa a sociabilidade divide espaço com a afinidade eletiva que é o fato de estarem lá para torcer pelo Cruzeiro. No bar Galopeira & Cia, vemos a situação semelhante, porém, a interação entre as diferentes mesas é bem menor, ficando mais visível nas comemorações. Outra peculiaridade deste setting se dá no fato de existir uma forma de torcer, que podemos nomear de “mais inspirada” no torcer em estádios. É bastante comum ver os torcedores com camisas, bandeiras, sinalizadores, foguetes e rojões para assistir a partida. Há ainda a presença de alguns torcedores com uniformes de torcidas organizadas.

Podemos com esta breve descrição dos bares e uma análise ainda que superficial do que foi observado até o momento, dizer que indícios apontam para uma interessante pesquisa de um campo ainda pouco estudado, principalmente em Belo Horizonte, que como dissemos no início do texto, tem nos bares um grande símbolo de lazer e cultura do município. Ressaltamos ainda, que pela importância que o futebol e o torcer no futebol têm no Brasil, é sempre importante e pertinente conhecer e entender mais como se dá esta prática em suas mais diferentes possibilidades, em seus mais diferentes formatos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAECHLER, J. **Grupos e sociabilidade**. In: BOUDON, R. (Org.). Tratado de sociologia. Rio de Janeiro: Jorge Zahar. 1995.

BOURDIEU, Pierre. **La distinción: criterios y bases sociales del gusto**. 2. Ed. Madrid: Ed. Taurus. 1988.

BROMBERGER, Christian. **Deportes, fútbol e identidad masculina. Los deportes, un revelador de la construcción de los gêneros.** In: Lecturas: Educacion Fisica y Deportes. Revista Digital. Buenos Aires - Año 12 - N° 111 - Agosto de 2007.
Trad. María Gabriela Madueño

DAMO, Arlei Sander. **Do Dom à Profissão: Uma etnografia do futebol de espetáculo a partir da formação de jogadores no Brasil e na França.** (Tese de Doutorado). Curso de Antropologia Social, Departamento de Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 435 f. 2005.

GASTALDO, Édison Luis. **“O complô da torcida”: futebol e performance masculina em bares.** Horizontes Antropológicos, Porto Alegre, ano 11, n. 24, p. 107-123, jul./dez. 2005

GIMENES, Maria Henriqueta Sperandio Garcia. **Bares e Casas Noturnas: um estudo exploratório sobre consumo e sociabilidade.** In: Turismo em Análise. ano. 15. n. 1, p. 73-88. Mai. 2004.

MELO, Vitor de Andrade. **Lazer, modernidade, capitalismo: um olhar a partir da obra de Edward Palmer Thompson.** In: Est. Hist. Rio de Janeiro, ano. 23, nº 45, p. 5-26, jan.-jun. de 2010.

MENEZES, Leila Medeiros de. **Os bares da vida: espaços de sociabilidade e de construção poética.** In: Análise e Crítica Literária. Cadernos do CNLF. Rio de Janeiro: CIFEFIL. ano. XII, n. 15. p. 50-59. 2009.

PINTO, Fernando Ribeiro. **Espaço de Sociabilidade Mercado Central: “Se Minas não tem mar, vamos pro bar”.** Belo Horizonte. Disponível em: < <http://pt.slideshare.net/ferripin/espao-de-sociabilidade-mercado-central-se-minas-no-tem-mar-vamos-pro-bar#>>. Acesso em: 21 nov. 2013.

ROLIM, Maria do Carmo Marcondes Brandão. **Gosto, prazer e sociabilidade: bares e restaurantes de Curitiba, 1950-1960.** (Tese de Doutorado) - Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal do Paraná, Curitiba. 1997.

SIMMEL, Georg. Sociabilidade – um exemplo de sociologia pura ou formal. **In: MORAIS FILHO, Evaristo (org.). Sociologia. São Paulo: Ática. Coleção Grandes Cientistas Sociais, vol. 34. 1983.**

ZANELLA, Eduardo. **Não dá para sair do morro: pertencimento e sociabilidade no consumo de bebidas alcoólicas em um bar popular de Porto Alegre.** In: *PLURAL*, Revista do Programa de Pós-Graduação em Sociologia da USP, São Paulo, ano.18. n.1, p.155-173. 2011.