

A IMPORTÂNCIA DAS EMBAIXADAS E CONSULADOS PARA A EXPANSÃO DA MARCA FLAMENGO: UMA DOCUMENTAÇÃO HISTÓRICA DA EMBAIXADA FLA-CASCADEL¹

João Vítor Chiodi VANZIN²
Julliane BRITA³

RESUMO: Esta pesquisa visa documentar a história das embaixadas e consulados do Flamengo e a relação delas com o clube de futebol a partir da observação da embaixada Fla-Cascade, de Cascade, no Paraná. O trabalho abordará parte dos assuntos relacionados às embaixadas e como elas influenciam na representação do Flamengo como clube de massa. Nesse sentido, torna-se relevante observar o funcionamento do projeto para entender a estratégia que o baseia. Por meio de entrevistas semiestruturadas e revisão bibliográfica, o estudo identifica que a embaixada como extensão do clube é importante para a manutenção da torcida que não tem contato constante com o time e para a manutenção lembrança da marca.

PALAVRAS-CHAVE: Embaixadas, consulados, futebol, marca, Flamengo.

1 INTRODUÇÃO

As embaixadas e consulados, com o passar do tempo, se tornaram fundamentais para o crescimento do clube, pois engajam muitos torcedores através de eventos de cunho social. Através deste projeto os torcedores têm contato direto com o clube, mesmo que distantes da sede, o que alavancou a marca para venda de produtos licenciados ou apenas pela ligação entre marca e projetos sociais que estimulam a solidariedade.

Assim, as embaixadas têm função de ratificar os valores do clube e popularizar o time em regiões afastadas do Rio de Janeiro. Nota-se, portanto, que esta é uma estratégia que, para além de fortalecer a paixão pelo clube, pode potencializar as ações de marketing da marca Flamengo.

Para avaliar essa hipótese, passa-se à análise da importância que as embaixadas e consulados têm para o Flamengo a partir da observação da Embaixada Fla-Cascade para a região oeste do Paraná na ótica do clube. São objetivos desta pesquisa apresentar o funcionamento de uma embaixada ou consulado do Flamengo;

¹ Artigo apresentado como requisito parcial para a conclusão do curso de Jornalismo do Centro Universitário FAG, no ano de 2020.

² Acadêmico do 8º período do curso de Jornalismo do Centro Universitário FAG. E-mail: jvcvanzin@minha.fag.edu.br

³ Professor orientador. E-mail: julliane@fag.edu.br

analisar de que forma as embaixadas e consulados contribuem para o clube e observar as ações conjuntas do marketing do Flamengo, a fim de identificar, do ponto de vista da comunicação, como funciona a estratégia que as organiza e de que forma pode ser aproveitada para os estudos da assessoria de comunicação. Além disso, torna-se também objetivo deste trabalho documentar a história e a atuação da Embaixada Fla-Cascavel, tendo em vista que há pouco material sobre o assunto.

Para cumprir esses objetivos, será feita a documentação histórica da Embaixada Fla-Cascavel, e, a partir dos conceitos básicos do funcionamento de uma, explicar como funciona o programa de embaixadas e consulados do Flamengo. O papel das embaixadas e consulados na construção do que é o Flamengo fora do Rio de Janeiro e a importância delas para a marca do clube serão entendidos por meio de entrevistas semiestruturadas com dirigentes e funcionários do clube, bem como os responsáveis pela embaixada em Cascavel, Paraná. Será utilizada ainda a pesquisa bibliográfica para a compreensão da história do clube na cena do futebol nacional.

Foram entrevistados Eduardo David Barbosa, coordenador do projeto Embaixadas e Consulados da Nação e marketing do Clube de Regatas do Flamengo; e Walnor Mikilita, idealizador e fundador da Embaixada Fla-Cascavel.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O Flamengo sempre se destacou por sua imensa torcida. Segundo pesquisa realizada pelo Datafolha em setembro de 2019, 20% da população brasileira se declara torcedora do time carioca. A “Nação Flaminguista”, assim, chega a mais de 40 milhões de adeptos espalhados pelo Brasil e pelo mundo. Por isso, grande parte da torcida do Flamengo está fora do Rio de Janeiro. Os consulados e embaixadas são parte de uma série de programas responsáveis por conectar a torcida Off Rio (como são chamados os torcedores que não moram no estado do Rio).

Segundo o site oficial do clube, as Embaixadas e Consulados da Nação são movimentos espontâneos de torcedores rubro-negros espalhados por diversas localidades do Brasil e do exterior, que se reúnem para assistir aos jogos do Flamengo e comemorar suas vitórias e conquistas, além de trazer novos sócios-torcedores, contribuir para divulgar os valores e a campanha do clube. As embaixadas e consulados funcionam também como braços sociais do clube, realizando diversas ações beneficentes, como jogos e doações à população carente.

Antes de compreender o funcionamento do projeto, entretanto, torna-se importante falar sobre a história do clube rubro-negro e entender como se firmou a identidade da torcida flamenguista.

2.1 HISTÓRIA DO FLAMENGO

O Clube de Regatas do Flamengo foi fundado no dia 17 de novembro de 1895. Suas atividades, inicialmente, eram focadas nas competições de remo. Apenas em 1912 iniciou suas atividades oficiais em esportes terrestres. “Mesmo sem dispor de local adequado para o treinamento terrestre, o Flamengo acabou aderindo ao futebol. Isso porque o time do Fluminense se desentendeu com a diretoria do clube e acabou migrando para a tutoria do Flamengo” (RONDINELLI, 2020). Em 8 de novembro de 1911, houve a fundação do departamento de esportes terrestres.

No final do século XIX, quando o futebol apareceu, o remo já era consagrado como a modalidade do momento e deu origem a quase todos os clubes do Rio de Janeiro. Era a elite do esporte e o esporte da elite carioca, compartilhando o sentido atribuído pelos diferentes grupos, na tentativa de dar às suas próprias modalidades a tarefa de transformação social.

As primeiras cores do Flamengo eram azul e ouro. Como os tecidos eram importados, essas cores eram difíceis de serem encontradas. Em 1898, foram alteradas para o tradicional rubro-negro.

A identidade de Flamengo e Carioca torna-se incorporada à palavra sonora cuja origem se liga a *vlan* (holandês) e *flamme* (francês), flama, paixão. Com o surgimento do Grupo de Regatas do Flamengo, a adoção das cores vermelha (sangue) e preta (luto), significando mais uma vez paixão e ligada à velha palavra indígena de grito, clamor, onde se destaca a raiz da luta nacional e, no momento de sua fundação, simbolicamente a data é mudada de 17 para 15 de novembro, dia da proclamação da República. (KOWALSKI, 2003, p. 124)

O Flamengo teve uma ascensão significativa no futebol, que se popularizou rapidamente no Brasil, que ganhou o gosto da torcida, e que logo nos primeiros anos já se fazia presente apoiando o clube, assim como no remo. “Em 1914 e 1915 torna-se bicampeão no futebol nos primeiros times (classificação dos grupos na época) e tricampeão de segundos. Em 1916, consagra-se plenamente no futebol”.

O período de consolidação do futebol no Flamengo se dá entre os anos de 1912 e 1933, quando o futebol é profissionalizado no clube.

O ano de 1937 teve uma novidade no futebol rubro-negro, que foi a vinda do treinador Dori Kruschner, o qual implantou um novo esquema de jogo conhecido por WM e o treino sem bola.

No ano de 1941, o Flamengo disputou uma competição internacional pela primeira vez, o Torneio Hexagonal da Argentina. Em 1942, foi fundada a primeira torcida organizada do Brasil, a Charanga Rubro-Negra. Em 1944, o Flamengo conquistou o tricampeonato carioca (1942–43–44). No ano 1955, o Mengão conquistou seu segundo tricampeonato carioca.

Em 1956, conquistou mais um torneio de grande importância, a Taça dos Campeões Estaduais, sobre o Santos, ao vencer por 2 a 1. Em 1962, em excursão pela Europa, a equipe carioca venceu um amistoso contra o Barcelona por 2 a 0, com dois gols de Dida em pleno Camp Nou.

O maior legado do clube na década de 1970 foi revelar ao mundo do futebol a equipe mais vitoriosa do Flamengo. Foi nesse período que craques como Zico, Júnior, Leandro, Andrade e outros tão importantes quanto, subiram para a equipe profissional do Flamengo. Em 1970, o clube conquistou sua primeira Taça Guanabara (atual primeiro turno do campeonato estadual).

Embora já possuísse a maior torcida do Brasil, o rubro-negro só conquistou seu primeiro título nacional em 1980, quando venceu o Campeonato Brasileiro. O Flamengo colocou a disputa do Campeonato Brasileiro daquele ano como o principal objetivo da temporada. O time se preparou e fez uma boa primeira fase, sofrendo apenas uma derrota. Nas fases seguintes, o time não perdeu nenhum jogo, até a final.

A final foi contra o Atlético Mineiro. O primeiro jogo foi em Belo Horizonte, com vitória do Galo por 1 a 0. O rubro-negro venceu o segundo jogo por 3 a 2. Apesar da igualdade dos resultados (3 a 3 no agregado), o Flamengo foi campeão por ter vencido os dois jogos contra o Coritiba na semifinal. Foi uma partida tensa, para mais de 150 mil pessoas no Maracanã, com direito a expulsão de Reinaldo, autor dos gols atleticanos. Esta era a primeira grande conquista daquela geração e o passaporte para o Flamengo disputar pela primeira vez em sua história a Copa Libertadores da América.

O primeiro título continental conquistado pelo Flamengo não veio de maneira fácil. O clube carioca reencontra o rival do ano anterior já na fase de grupos. Atlético Mineiro e Flamengo ficam empatados e precisam decidir em mais um jogo a vaga para

as semifinais da competição. Foi um jogo polêmico, em que o Flamengo se classificou porque o time atleticano teve cinco jogadores expulsos.

As semifinais da competição na época eram em formato de dois grupos de três times cada, com o melhor de cada grupo avançando até a final. O Flamengo enfrentou o Deportivo Cali, da Colômbia e o Jorge Wilstermann da Bolívia. E foi bem fácil: quatro vitórias em quatro jogos, e passaporte para a final, contra os Chilenos do Cobreloa (WIKIPEDIA).

O Flamengo enfrentou nas finais daquele ano o Cobreloa, do Chile. O primeiro jogo foi vencido por 2 a 1. No segundo, a vitória foi do clube chileno por 1 a 0. Como não havia critério de desempate, um terceiro jogo foi realizado, em Montevidéu, no Uruguai.

No Uruguai, o Flamengo não teria pela frente a pressão que havia sido lhe imposto no Chile. Com paciência e muito toque de bola o time carioca venceu por 2 a 0, com dois gols de Zico. Faltando pouco para o final do jogo e com a partida sob controle, o técnico Cláudio Coutinho colocou em campo o desconhecido atacante Anselmo com uma única missão: acertar, sem dó, o zagueiro do Cobreloa Mario Soto, que tinha agredido Adílio e Lico na partida de Santiago. Anselmo deu um baita soco em Soto. O Flamengo, com técnica, habilidade e muita raça conquistava a América.[66][67][68] Em lista divulgada pela Confederação Sul-Americana de Futebol em 2015, o clube registrou um público somado de 516 382 espectadores nos seis jogos que disputou no Maracanã na Libertadores de 1981, sendo este o maior público já registrado em uma única edição do torneio (WIKIPEDIA).

Com o título da Libertadores da América, o Flamengo garantiu o passaporte para a disputa do Torneio Intercontinental de Clubes daquele ano (reconhecido pela FIFA como torneio Mundial de Clubes, em 2017), onde enfrentaria o Liverpool, em Tóquio, no Japão. O Flamengo dominou o jogo, e venceu o time inglês por 3 a 0, foi a vitória mais marcante da história do Flamengo até então.

Na década de 1990, o Flamengo monta mais uma vez um time competitivo, mas não consegue repetir os feitos da década anterior. No ano de 1990, conquista a Copa do Brasil sobre o Goiás.

O clube também foi campeão carioca em 1991, vencendo o Fluminense na final por 4x2, mas o maior título da década viria em 1992 com um “Vovô Garoto” chamado Júnior comandado na sua maioria jovens jogadores da então considerada melhor geração da Copa São Paulo de Juniores que é a de 1990, e completando o time alguns jogadores já mais experientes (LUAN, 2020).

Em 1992, o Flamengo “atropelou” o Botafogo na final do Campeonato Carioca. Em 1995, surpreendendo a todos, o Flamengo contratou o então melhor jogador do Mundo, Romário, no ano de seu centenário. Apesar disso, foi um centenário para se esquecer.

Com nomes como Romário e Zinho, campeões do mundo com a seleção em 1994, o Flamengo conquistou títulos internacionais como a Copa Ouro e a Copa Mercosul.

No final da década de 1990 e no início dos anos 2000, o Flamengo venceu por três anos consecutivos o Campeonato Carioca, com o antológico gol de Petković. Uma geração que viveu de lampejos e vexames, o Flamengo conquistou a Copa do Brasil em 2006, e, em uma campanha de recuperação, decidido na última rodada, o Campeonato Brasileiro de 2009, com o retorno de Pet e Adriano Imperador.

Na década seguinte, o Flamengo viveu altos e baixos. Em 2013, no início do processo de reestruturação do clube, no mandato de Eduardo Bandeira de Melo, o Flamengo conquista a Copa do Brasil, uma campanha heróica de um time com pouca probabilidade de título. O Flamengo lutou contra o rebaixamento neste mesmo ano.

Apesar desse título, tido como um “acidente” nesse processo, o Flamengo protagonizou vários vexames na Copa Libertadores da América, competição mais aclamada pelos torcedores rubro-negros. Com contratações e estilo de jogo que nem sempre agradavam os torcedores, o Flamengo passava por momentos adversos na sua trajetória, que visava o título e a hegemonia continental.

Em 2019, quase 40 anos após a vitoriosa geração de Zico, o Flamengo torna-se novamente campeão da Libertadores. O rubro-negro conquistou o título de maior expressão do continente sul-americano de forma imponente, dominando os adversários e jogando sempre para vencer, resgatando um futebol atraente e ofensivo, estilo de jogo marcante na história do clube.

O Flamengo tem uma história repleta de títulos. O mais aclamado pelos torcedores é a Copa Intercontinental (Mundial de Clubes). São cinco títulos continentais (duas Copa Libertadores, uma Copa Mercosul, uma Recopa Sul-americana e uma Copa Ouro Nicolás Leoz) e 13 de âmbito nacional (sete Campeonatos Brasileiros, três Copas do Brasil, uma Copa União, uma Copa dos Campeões e uma Supercopa do Brasil). Sem contar os 35 títulos que afloram as rivalidades estaduais.

Depois de contar resumidamente a história do clube e da formação da torcida rubro-negra, passamos a falar especificamente sobre o objeto deste artigo, os consulados e as embaixadas do clube carioca.

2.2 CONSULADOS E EMBAIXADAS: FUNCIONAMENTO E PRINCÍPIOS

As embaixadas e consulados são movimentos espontâneos organizados por torcedores de diversas partes do Brasil e do mundo. Segundo Eduardo David Barbosa, Coordenador do projeto Consulados e Embaixadas da Nação, no início, em 2008, eram apenas cinco embaixadas que se reuniam em um local apto para assistir aos jogos. Hoje, são aproximadamente 430 embaixadas e consulados, sendo 25 no exterior.

Barbosa reitera que existem três pilares neste projeto rubro-negro: a) angariar sócios-torcedores ou sócios Off Rio; b) captar jovens talentos para o futebol do Flamengo; e c) Promover eventos de responsabilidade social, reafirmando o compromisso do clube com a sociedade.

Muitos eventos realizados contam com a presença de ex-jogadores do clube e de pessoas influentes ligadas ao Flamengo. Isso contribui para uma presença significativa de público, aumentando a arrecadação e favorecendo a promoção da embaixada ou do consulado na região.

O Consulado Fla SMI, de São Miguel do Iguaçu (PR), por exemplo promoveu a segunda edição do Fla Solidário. O objetivo do evento era arrecadar alimentos para o lar dos idosos. O evento teve a participação das embaixadas e consulados da região oeste do Paraná, além dos consulados de times como Grêmio e Internacional.

Figura 1 – Evento do Consulado Fla SMI.



Fonte: Reprodução do site do Flamengo⁴.

Além dos eventos, as embaixadas e consulados promovem excursões para assistir aos jogos e doações para a população carente, como nos exemplos abaixo.

Figura 2 - Embaixada Fla Valença-RJ no Maracanã



Fonte: Reprodução do site do Flamengo⁵.

⁴ Disponível em <https://www.flamengo.com.br/noticias/embaixadas/fla-smi-realiza-em-fevereiro-segundo-fla-solidario>. Acesso em 30 nov. 2020.

⁵ Disponível em <https://www.flamengo.com.br/noticias/embaixadas/embaixada-fla-valenca-rj-em-peso-no-maracana>. Acesso em 30 nov. 2020.

Figura 3 - Embaixada Fla Campos-RJ distribui 2,5 toneladas de alimentos e álcool gel em comunidades.



Fonte: Reprodução do site do Flamengo⁶.

Figura 4 - Embaixada Flasede, de Parnaíba-Piauí, arrecada brinquedos para ação de Dia das Crianças.



Fonte: Reprodução do site do Flamengo⁷.

⁶ Disponível em <https://www.flamengo.com.br/noticias/embaixadas/embaixada-fla-campos-rj-distribui-2-5-toneladas-de-alimentos-e-alcool-gel-em-comunidades>. Acesso em 30 nov. 2020.

⁷ Disponível em <https://www.flamengo.com.br/noticias/embaixadas/embaixada-flasede-de-parnaiba-piaui-arrecada-brinquedos-para-acao-de-dia-das-criancas>. Acesso em 30 nov. 2020.

Os cônsules e embaixadores têm como objetivo seguir o lema rubro-negro: “Tudo pelo Flamengo, nada do Flamengo”⁸. Sendo assim, estão dispostos a levar adiante a representação do clube para o maior número de cidades possível, tudo pela paixão e dedicação em manter o que é o Flamengo. O principal objetivo é promover a socialização de torcedores, bem como a realização de eventos de cunho social.

Eduardo ainda explica que para ser um consulado são necessários pelo menos cinco sócio-torcedores do clube. Já para se tornar uma embaixada, são necessários 30 ou mais sócios. Existem ainda algumas classificações de embaixadas: com 100 sócios, é classificada como “embaixada bronze”; com 500 sócios, é classificada como “embaixada prata”; e com mil sócios ou mais, passa a ser “embaixada ouro”.

2.3 O FLAMENGO EM CASCAVEL

A Fla-Cascavel tornou-se uma Embaixada do Flamengo em dezembro de 2019. Apesar de se autointitular uma embaixada desde a sua criação, para o Flamengo, nos moldes atuais do programa de embaixadas e consulados, a Fla-Cascavel ainda era considerada um consulado.

A embaixada foi fundada no dia 26 de julho de 2006, após o segundo jogo da final da Copa do Brasil, conquistada pelo Flamengo. Para Walnor Mikilita, um dos fundadores da embaixada, a Fla-Cascavel tem como intuito fomentar a amizade e a união entre os torcedores, além de organizar eventos beneficente para a cidade.

Mikilita conta que o nome “Embaixada Fla-Cascavel” tem inspiração em projetos de agremiação de torcedores de outros clubes, como Grêmio e Internacional. Portanto, a embaixada foi batizada como tal em razão de outros projetos com o mesmo intuito do projeto do Flamengo, criado em 2008. A partir daí, a Fla-Cascavel foi alocada na categoria de consulado pelo Flamengo.

Mikilita ressalta que a criação da embaixada tem relação com outras embaixadas e consulados que existem no Brasil e fora dele. Ele destaca que, quando você é de uma embaixada ou consulado e está em outra cidade, é muito bem recebido pela embaixada ou consulado local.

⁸ Disponível em: <https://www.flamengo.com.br/embaixadas-e-consulados>. Acesso em 15 set. 2020.

O fundador do projeto conta que, no início do projeto das Embaixadas e Consulados, a relação com o Flamengo era mais distante, mesmo havendo poucas agremiações, o que de certa forma facilitava a comunicação. Atualmente, a relação é mais direta, pois existe um vice-presidente no clube dedicado somente ao projeto, Maurício Gomes de Mattos. Além disso, o clube busca cada vez mais oficializar a relevância desse programa e estender as ações até elas.

As embaixadas influenciam no número de torcedores do clube nos locais em que elas são fundadas. “As embaixadas mantêm um ambiente familiar e festivo, ligando sempre à memória dos pequenos torcedores a esse tipo de ambiente cativante. Vários sócios da Fla-Cascavel começaram a frequentá-la ainda crianças ou adolescentes e com o tempo se tornaram torcedores do Flamengo”, completa Mikilita. Esse é um dos maiores objetivos dos Consulados e Embaixadas.

No início do projeto, batizado de Embaixadas e Consulados do Flamengo, eram nomeadas embaixadas as agremiações com o nome do estado ou da capital, como a Fla-Paraná. As restantes, do interior, eram os consulados.

O projeto foi implantado no clube pelo então presidente Márcio Braga, em 2008. A Fla-Paraná foi uma das embaixadas pioneiras, além de ser uma das mais engajadas para a oficialização de um projeto para o torcedor rubro-negro no clube. “Nomeada em 03/08/2008 no saguão do Maracanã, juntamente com a Fla-Sampa, Fla-BH, Fla-Lages e Fla-Brusque. Desde julho de 2005 levando raça, amor e paixão à torcida do Flamengo no sul do país”, site oficial da Embaixada Fla-Paraná.

Como o nome de criação da Fla-Cascavel era Embaixada Fla-Cascavel, neste molde do projeto, era chamada de Consulado Embaixada Fla-Cascavel. A embaixada cascavelense é um dos primeiros movimentos da torcida do Flamengo fora do Rio de Janeiro, junto com a Fla-Paraná e a Fla-Uberlândia.

O projeto manteve esse formato até a saída da presidente Patrícia Amorim, em 2012. O sucessor, Eduardo Bandeira de Mello, profissionalizou o programa das Embaixadas e Consulados e o esquematizou de uma forma parecida com a de hoje. Os consulados viram-se “livres” para se tornarem embaixadas, a depender do número de sócio-torcedores que possuíam.

Figura 5 - Embaixada Fla-Cascavel em evento realizado pelo Consulado Fla-Toledo



Fonte: Reprodução do Instagram⁹.

Figura 6 - Evento da Fla-Cascavel no jogo de volta das quartas de final da Libertadores de 2019.



Fonte: Reprodução do Instagram¹⁰.

⁹ Disponível em <https://www.instagram.com/p/BwPMSttFGhB/>. Acesso em 30 nov. 2020.

¹⁰ Disponível em <https://www.instagram.com/p/B1upSAGh7Ow/>. Acesso em 30 nov. 2020.

3 ESTRATÉGIA DE MARCA: ASPECTOS TEÓRICOS

Neste ponto, serão abordados aspectos sobre a estratégia de comunicação para que, posteriormente, possam ser identificados na estratégia ligada à criação e manutenção das embaixadas e consulados.

Segundo Alina Wheeler (2008, p. 48), no livro *Design de Identidade de Marca*, “gerar uma experiência do consumidor com a marca ajuda a fixá-la em sua mente e fazê-lo sentir-se único”. A partir desse ponto, podemos perceber que as embaixadas e consulados têm papel fundamental na fixação da marca, pois o envolvimento dos torcedores locais, que por ventura não têm condições de ir ao estádio proporciona um ambiente semelhante ao que é visto em um estádio de futebol.

Como já dito, a maior parte da torcida do Flamengo está fora do Rio de Janeiro. Este é um fator que aumenta ainda mais o papel das Embaixadas e Consulados em agregar novos torcedores, além de manter os laços com os torcedores antigos.

O seu sucesso no futuro depende da construção de consciência coletiva, da preservação de sua reputação e do crescimento de seus valores. Uma forte identidade de marca vai ajudar a construir o valor da marca através do aumento do reconhecimento, da consciência e da fidelidade do consumidor, que por sua vez ajudam a tornar a empresa mais bem-sucedida. (WHEELER, p. 23, 2008)

Como visto na descrição do funcionamento das Embaixadas e Consulados, é possível dizer que funcionam para preservar a reputação e o crescimento dos valores ligados ao Flamengo. Fortalecer a identidade de marca por meio das Embaixadas e Consulados ajuda a aumentar o reconhecimento e a fidelizar o consumidor (esses torcedores não estão próximos à experiência principal do torcedor, no Maracanã) e, fazendo parte de uma Embaixada ou Consulado, se sentem mais fanáticos e fiéis ao time.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como foi visto nesta pesquisa, o programa de Embaixadas e Consulados do Flamengo é importante para a fixação da marca nas regiões distantes do Rio de Janeiro. A existência de projetos como esse no Nordeste, por exemplo, onde está concentrada a maior parte da torcida do Flamengo, proporciona ambientes

semelhantes aos estádios de futebol, gerando, assim, mais familiaridade do torcedor com a marca.

Este é um projeto sem custos para o Flamengo. Cada embaixada ou consulado possui sócios para a manutenção da sede e afins, ou seja, as embaixadas se sustentam por si só. Nem todo sócio de embaixada ou consulado precisa ser sócio-torcedor do clube, mas há um número mínimo necessário para que se estabelecer o projeto nas cidades. A ausência de custo, então, torna viável uma categoria de sócio-torcedor do Flamengo que beneficie os torcedores que se associam às embaixadas ou consulados.

Entendemos, por meio deste estudo, que este é um projeto positivo para o clube, com possibilidades de aprimoramento para ampliar a experiência do torcedor e fortalecer a lembrança de marca Flamengo junto a esse público. Assim, a comunicação do clube pode pensar em mais atrativos ou maior divulgação do projeto. Enquanto torcedor do time, eu me sinto mais próximo do Flamengo fazendo parte da embaixada, e isso motivou a elaboração deste trabalho.

REFERÊNCIAS

HISTÓRIA DO CLUBE DE REGATAS DO FLAMENGO. *In*: WIKIPEDIA: the free encyclopedia. [San Francisco, CA: Wikimedia Foundation, 2010]. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Hist%C3%B3ria_do_Clube_de_Regatas_do_Flamengo. Acesso em: 7 jun. 2020.

JACOBINI, Maria Letícia de Paiva. **Metodologia do Trabalho Científico**. Campinas: Editora Alínea, 2003.

KOWALSKI, Marizabel. **Por que Flamengo?** Rio de Janeiro: Editora Gama Filho, 2003.

LUAN, Lessa. Seleção do Flamengo – a década de 90. **Redação Rubro Negra**, Rio de Janeiro, 14 mai. 2020. Disponível em: <https://redacaorubronegra.com/selecao-do-flamengo-a-decada-de-90/>. Acesso em: 16 jun. 2020.

REIS, Rafael. Flamengo tem a maior torcida do mundo: verdade ou lenda? **Uol**, São Paulo, 6 mar. 2020. UOL Esporte. Disponível em:

<https://www.uol.com.br/esporte/futebol/colunas/rafael-reis/2020/03/06/flamengo-tem-a-maior-torcida-do-mundo-verdade-ou-lenda.htm>. Acesso em: 7 jun. 2020.

RONDINELLI, Paula. **Flamengo**. *Brasil Escola*. Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/educacao-fisica/flamengo.htm>. Acesso em 28 de junho de 2020.

WHEELER, Alina. **Design de Identidade de Marca**: guia essencial para toda a equipe de gestão de marcas. 2ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2008.