

## O torcedor como produtor: por uma abordagem comunicacional das culturas esportivas<sup>1</sup>

Ana Carolina Vimieiro<sup>2</sup>  
Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG)

### Resumo

Este trabalho tem dois objetivos: 1) estabelecer um diálogo entre correntes de estudos que se dedicam a fenômenos semelhantes, mas que historicamente se desenvolveram atreladas a disciplinas distintas: estudos sobre torcedores e sobre fãs de cultura pop; e 2) propor uma abordagem para os estudos do futebol que seja capaz de incluir aspectos já correntes nos estudos de cultura pop e que possibilitariam a compreensão das práticas de torcedores no atual contexto midiático. O argumento aqui é que a proximidade dos estudos de cultura pop da comunicação e dos estudos culturais possibilitou que estes fossem mais porosos aos desenvolvimentos dos estudos de recepção do que as pesquisas sobre torcedores, historicamente mais atreladas à sociologia, psicologia e antropologia. Consequentemente, a noção do fã como produtor ainda precisa ser incorporada nos estudos sobre torcedores.

**Palavras-chave:** torcedores; futebol; cultura pop; cultura fã; fandom.

### Introdução

Desde o fim da década de 1960, torcidas de futebol têm sido estudadas a partir de abordagens culturais ou sociológicas. No âmbito internacional, é Ian Taylor o pioneiro que a partir do final dos anos 1960 adota uma perspectiva Marxista para analisar as mudanças históricas nas relações entre torcedores e o esporte (Taylor, 1969, 1971a, b). No Brasil, o futebol tem sido analisado com abordagens sociológicas e culturais desde os anos 1940, mas é na década de 1990 que tal assunto se consolida enquanto uma área própria de pesquisa (Giglio & Spaggiari, 2010). No caso específico dos torcedores e das relações que estes estabelecem com o jogo, ainda que Lever (1983) e, especialmente, César (1981) abordem o assunto, é Toledo (1996) quem desenvolve o primeiro trabalho de maior fôlego e impacto ao adotar uma abordagem antropológica para examinar os padrões de sociabilidade de torcidas organizadas de São Paulo.

Depois desses estudos, muitos outros se seguiram que exploraram o comportamento e as relações de torcedores com seus times. Esse artigo faz uma revisão desses trabalhos para fundamentar o argumento de que as pesquisas sobre torcedores de futebol podem se beneficiar de uma aproximação com abordagens mais contemporâneas da comunicação e

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Comunicação e Esporte, XVI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Doutora em Comunicação pela Queensland University of Technology (QUT/Austrália) e mestre também em Comunicação pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). É atualmente pesquisadora de pós-doutorado do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFMG. Contato: [acvimieiro@gmail.com](mailto:acvimieiro@gmail.com).

estudos culturais. Tais abordagens são frequentemente adotadas em estudos de fãs de cultura pop, uma corrente de pesquisa que se dedica a fenômeno semelhante, mas que diferentemente sempre foi mais porosa aos desenvolvimentos, por exemplo, dos estudos de recepção. Isso porque historicamente os estudos de cultura fã evoluíram atrelados aos estudos culturais e da comunicação. Já as pesquisas sobre torcedores se estabeleceram historicamente próximas das disciplinas da sociologia e da psicologia no âmbito internacional (Crawford, 2003, 2004; Schimmel, Harrington & Bielby, 2007) e, no Brasil, apesar de diferentes influências, existe uma forte associação com uma perspectiva antropológica (Giglio & Spaggiari, 2010; Helal, 2011; Toledo, 2001). Nas próximas seções, eu discuto em detalhes tais abordagens, começando pelo contexto nacional, passando pelo âmbito internacional, para então apresentar um breve panorama dos estudos de fãs de cultura pop. Eu finalizo o artigo com um argumento em favor da aproximação com este universo, especialmente através da adoção de um aparato conceitual que dê conta do ambiente de saturação midiática em que vivemos e que possibilitaria assim uma melhor compreensão das atividades contemporâneas de torcedores.

### **Estudos sobre futebol no Brasil**

Como afirmado acima, os estudos sociais e culturais sobre futebol começam a se consolidar no Brasil como um campo de pesquisa nos anos 1990 (Giglio & Spaggiari, 2010). Antes disso, alguns trabalhos foram desenvolvidos mas de forma esporádica e isolada, sendo que a área não tinha um nível significativo de sistematização através, por exemplo, de espaços institucionalizados para reflexão e debate — como grupos de pesquisa, conferências, periódicos especializados etc. (Giglio & Spaggiari, 2010; Helal, 2011; Toledo, 2001). Desse período incipiente, anterior aos anos 1990, algumas contribuições merecem destaque:

- Estudos que adotavam um tom apocalíptico, recorrendo tanto a Umberto Eco como a Louis Althusser para abordar o futebol como um ‘ópio’ das massas e uma força alienante;
- Trabalhos que partiam de uma interpretação mais antropológica do futebol, que têm início com a publicação de *Universo do Futebol: esporte e sociedade brasileira* (1982), coleção editada pelo antropólogo Roberto DaMatta.

Helal (2011) discute em detalhes alguns estudos publicados nos anos 1970 e 1980 que foram influenciados por uma interpretação Marxista particular — a qual Toledo (2001)

se refere inclusive como uma interpretação vulgar — que vê o futebol como uma poderosa força alienante sobre os dominados. Ramos (1984), por exemplo, fundamenta seu trabalho no ensaio ‘Ideologia e Aparelhos Ideológicos do Estado (Notas para uma investigação)’ de Althusser para abordar o futebol como “um dos aparelhos ideológicos do estado que contribuiria para a perpetuação do regime, desestabilizando as ‘contradições do capitalismo’, impedindo a consciência crítica e ‘docilizando’ as massas” (Helal, 2011, p. 15). Em outros trabalhos da época, a narrativa assume um tom condenatório, com críticas a aspectos como a ‘militarização’ da seleção brasileira, a falta de jogadores negros no time, a falta de ‘dribles’, um excesso de ‘obediência’ e uma suposta ‘decadência’ do esporte no país (Helal, 2011).

A coleção editada por DaMatta, por outro lado, pode ser considerada a pedra fundamental para o estabelecimento desse campo de pesquisa no Brasil (Helal, 2011). Adotando uma perspectiva ritualística, os textos reunidos no livro (em sua maioria, ensaios) usam o futebol para compreender a sociedade brasileira. Como Toledo (2001) afirma,

A temática central que perpassa todos os textos, em que pesem suas significativas nuances, consiste em uma análise cultural do futebol, cujo interesse, em primeiro lugar, é rebater e criticar a noção do futebol como *ópio* e fator de *alienação* do povo e, em segundo lugar, inaugurar uma antropologia voltada para os fenômenos esportivos. [...] Trata-se de trabalhos que analisaram — e alguns autores permanecem mais ou menos fiéis à perspectiva — a conjunção entre esporte e jogo pelo viés do ritual, mais especificamente, utilizando-se da noção de *drama*. (p. 142, itálico no original)

Toledo (2001) argumenta que trabalhos mais recentes que partem de uma abordagem antropológica têm, em menor ou maior grau, uma dívida para com essas discussões iniciadas por DaMatta e seus colaboradores. Entretanto, nos estudos mais contemporâneos, essa perspectiva tem sido aperfeiçoada por práticas etnográficas mais sistemáticas e questionamento da noção de drama. Para Toledo (2001), o modelo damattiano parece confinar os fenômenos esportivos a um certo grau de opacidade, não dialogando efetivamente com a ideia de rituais como processos mais dinâmicos de construção social. Assim, mais recentemente, alguns têm concebido o futebol não como drama mas como um “campo de disputas por práticas e experiências profissionais, poder, visibilidade e legitimidade institucional” (Toledo, 2001, p. 144). Nesse sentido, argumenta Toledo (2001), “já não se trata tanto de ler o Brasil pelo futebol, como se ele fosse uma auto-representação a-histórica, num sentido estrutural, mas ler também o futebol pela sociedade brasileira” (p. 144).

O livro editado por DaMatta é também importante para a inauguração de uma outra abordagem, essa mais conectada à comunicação e estudos culturais, e que é bastante popular nos estudos sobre futebol no Brasil. Um dos textos do livro, ‘O Momento Feliz: reflexões sobre o futebol e o ethos nacional’, de Arno Vogel, dá início a um tipo de análise que particularmente aborda as relações entre futebol e a constituição de uma identidade nacional. Inclusive, dois dos principais pesquisadores brasileiros que estudam o tópico a partir de uma perspectiva da comunicação, Ronaldo Helal, já mencionado, e Édison Gastaldo, têm dedicado grande parte de seus trabalhos às relações entre futebol e a formação de uma identidade brasileira e/ou temas relacionados à seleção e às Copas do Mundo (Gastaldo, 2002, 2009; Helal, Cabo & Silva, 2009).

Nesse contexto, o futebol e outros esportes têm ganho espaço no campo da comunicação com, por exemplo, a criação em 1999 de um grupo de trabalho na conferência da Intercom (Fortes, 2014). Entretanto, é ainda importante destacar que entre as dissertações de mestrado e teses de doutorado finalizadas no país entre 1990 e 2009 e que abordam o futebol de um ponto de vista cultural ou social, menos de 10% (34 de 356) foram desenvolvidas em programas de pós-graduação ligados à comunicação (Giglio & Spaggiari, 2010). O que predomina por aqui são trabalhos desenvolvidos nos âmbitos da educação física (23.3%), antropologia, sociologia e ciência política (19.3%) e história (10.1%).

Recentemente, Helal (2011) levantou uma série de questões na conclusão de um artigo que sugerem a exaustão da forte associação entre futebol e a construção da identidade nacional e, eu argumento aqui, a necessidade de recorrer a outras clivagens teóricas para ampliar a compreensão das culturas torcedoras a partir da área da comunicação:

Então questionamos: se o futebol esteve longamente associado à identidade brasileira, o que acontece quando a pós-modernidade enfatiza a pulverização das identidades? [...] Sucumbirá o futebol na pós-modernidade, deixando patente que pertenceu, de fato, à modernidade, e em certa medida, ajudou a construir essa modernidade no Brasil? Ou sobreviverá, anunciando que essa pós-modernidade jamais poderá ser completa, pois necessitamos viver sob o signo da nacionalidade como se “todo o Brasil desse a mão em um só coração”? (Helal, 2011, p. 30)

### **Estudos sobre torcedores no âmbito internacional**

Como mencionei na introdução do texto, no âmbito internacional, torcedores de futebol têm sido estudados de um ponto de vista sociológico ou cultural desde o final da década de 1960. Especialmente durante os anos 1970 e 1980, com a crescente preocupação pública

com hooliganismo no Reino Unido, acadêmicos encontraram amplas audiências interessadas em compreender esse tipo de comportamento torcedor assim como fontes de financiamento, o que fez esse período particularmente fértil para essa área (Giulianotti, 1999; Haynes, 1995). A maioria dos estudos desenvolvidos à época, por questões óbvias, se dedicaram então a examinar grupos violentos de torcedores. As perspectivas eram bastante distintas, do Marxismo de Ian Taylor (1971a, b) à abordagem figuracional da ‘Escola de Leicester’ (Dunning, Murphy & Williams, 1988). Ainda que violência seja ainda um tema frequentemente investigado neste campo, depois da criação da *Premier League* e da reorganização cultural do futebol europeu nos anos 1990, vários pesquisadores passaram a focar no que Crawford (2003, 2004) chama de perspectiva da ‘resistência’. Estes estudos buscam analisar os novos movimentos sociais e grupos com uma atitude mais militante em relação a clubes, times, dirigentes, federações e entidades organizadoras (Brown, 1998; Nash, 2000, 2001). Abaixo, eu exploro esses dois principais focos de interesse das pesquisas sobre torcedores de futebol no contexto internacional.

### ***Hooliganismo***

Para Haynes, futebol e sua cultura se tornaram efetivamente objetos de pesquisa sociológica com o trabalho de Ian Taylor (1971a, b). Adotando uma nova perspectiva criminológica e Marxista, Taylor buscou compreender as mudanças históricas nas relações entre torcedores e o esporte que ocorriam desde os anos 1960. Naquele momento, hooliganismo tinha se tornado uma preocupação social grave e Taylor situa as origens dessa violência na transição do futebol de uma cultura baseada e circunscrita aos valores das classes trabalhadoras para um modelo orientado pelo mercado que já começava a ganhar força na Inglaterra no período do pós-guerra.

Para Taylor, o futebol estava passando por um processo de aburguesamento ou elitização, com diretores de clubes buscando estabelecer relações com audiências mais abastadas para tornar o esporte um negócio mais lucrativo. Tradicionalmente uma modalidade das classes trabalhadoras, o futebol costumava ocupar um papel peculiar na vida do proletariado. Para os trabalhadores e suas famílias, o futebol era o esporte dominante e os valores governando o jogo eram similares aqueles governando suas vidas ordinárias (como masculinidade, devoção aos clubes locais, participação ativa e vitória). O futebol era o espaço que permitia o fortalecimento de identidades de classe e onde eles tinham a sensação de que a opinião deles importava. Essa dinâmica fornecia então uma

experiência de ‘democracia participativa’ para os torcedores com os seus clubes. Contudo, com a crescente comercialização do esporte, as camadas de torcedores tradicionais, compostas pelas vizinhanças dos clubes, começaram a ser privadas das decisões relacionadas a seus times. Vandalismo, violência entre gangues, e a instigação da polícia e de torcedores rivais eram, nesse sentido, consequências do processo em curso de gentrificação. Para Taylor, hooliganismo não era um ataque de violência gratuito, mas antes um ato de resistência, resultante de uma ruptura profunda nas dinâmicas do futebol, causada em primeira instância por complexas mudanças sociais e econômicas. Estas mudanças tinham aprofundado os processos de comodificação do futebol, com os clubes mudando a “ênfase de satisfazer os ‘torcedores’ existentes para atrair ‘expectadores’ modernos ou ‘consumidores’ de lazer” (Giulianotti, 1999, p. 40, tradução nossa).

Para Giulianotti (1999), a maior fraqueza do trabalho de Taylor é a falta de embasamento empírico. Taylor também tem sido criticado por romantizar as condições do passado (Dunning, Murphy & Williams, 1988; Giulianotti, 2002; Haynes, 1995). Por outro lado, tanto Giulianotti (1999) quanto Haynes (1995) destacam a importância das observações críticas de Taylor sobre as mudanças nas relações entre torcedores e o esporte. Em particular, a análise de Taylor sobre a comodificação do futebol e de como espetacularização, profissionalização e internacionalização começaram a transformar a organização cultural do futebol já nos anos 1960 e 1970 fornece evidências significativas do estado de coisas nesta indústria durante aquele período.

No final dos anos 1970, o psicologista social Peter Marsh e seus colegas do Centro de Pesquisa sobre Violência Contemporânea<sup>3</sup> da Universidade de Oxford começaram a enfrentar mais seriamente a falta de evidência empírica nesta área (Marsh, Rosser & Harré, 1978). Adotando observação participante e entrevistas em profundidade, eles buscaram fornecer uma proposta alternativa à forma estereotipada pela qual grupos de jovens eram retratados na mídia. Torcedores de futebol eram um desses grupos e Marsh e seus colegas exploraram a ordem interna desse ambiente aparentemente caótico. Eles encontraram então que torcedores rivais, apesar de intimidarem uns aos outros, raramente transformavam tais ameaças em ação. Ainda que a violência real (física) tivesse lugar nessas culturas, de acordo com Marsh e colegas, as trocas entre fãs rivais frequentemente se tratavam de ameaças e insultos ritualizados, especialmente à masculinidade do oponente (Giulianotti, 1999; Marsh, Rosser & Harré, 1978).

---

<sup>3</sup> Originalmente, Contemporary Violence Research Centre.

Para Giulianotti (1999), Marsh e seus colegas forneceram através do trabalho de campo um entendimento mais complexo de como grupos de torcedores envolvidos com atos violentos operam. Entretanto, a principal ressalva com o trabalho deles é a explicação do que causaria tal violência, que para eles é inata ao invés de aprendida socialmente. Como afirma Giulianotti (1999), tal interpretação transforma a agressão num fenômeno a-histórico e antisocial.

No início dos anos 1980, outro grupo de acadêmicos, esses da Universidade de Leicester, assumiram a posição de liderança nos debates sobre hooliganismo. Eric Dunning, Patrick Murphy, John Williams, Joe Maguire e Ivan Waddington, expoentes da Escola de Leicester, adotaram a abordagem figuracional proposta pelo sociólogo alemão Norbert Elias para explicar a violência associada ao futebol. O grupo compartilhava um aparato teórico e métodos de pesquisa em comum e também chegou às mesmas conclusões (aquelas que comprovavam a precisão do ponto de vista de Elias para explicar o fenômeno do hooliganismo). Inclusive, a influência da perspectiva figuracional sobre o trabalho deles era tão forte que alguns críticos argumentam que “a pesquisa em Leicester foi concebida e desenhada para simplesmente confirmar (ao invés de testar) os argumentos de Elias” (p. 44, tradução nossa).

A teoria de Elias sobre o processo civilizatório, publicada inicialmente no livro homônimo, *The Civilizing Process* (1982[1969]), é um dos textos fundadores da sociologia figuracional. Neste trabalho, Elias estabelece uma conexão entre mudanças na disciplina individual e mudanças na organização social ampla ao longo de períodos históricos recentes. De acordo com Elias, desde a Idade Média, sociedades ocidentais (particularmente Inglaterra e França) têm testemunhado um aumento no nível de autodomínio dos indivíduos e na capacidade de ação calculada baseada numa visão de longo prazo. Essas mudanças estão relacionadas a um complexo conjunto de condições sócio-políticas como crescimento econômico, expansão da divisão do trabalho, monopólio do Estado sobre impostos e violência e democratização social (Krarup, 1983). Esses desenvolvimentos e, acima de tudo, o surgimento do estado moderno, teriam desempenhado um papel central no processo civilizatório, implicando também em mudanças nas estruturas de personalidade. Um novo tipo de personalidade teria emergido deste ambiente e essa personalidade é a chave para compreender a sócio gênese do *habitus* da classe média moderna.

No primeiro volume de *The Civilizing Process*, *The History of Manners*, Elias fornece uma descrição detalhada das mudanças no comportamento humano desde os



tempos feudais até a época de Luís XV. A crescente racionalização do homem, isto é, a civilização do homem, acompanhou uma intensificação na intolerância para com atos públicos de violência. Essa intolerância está interligada com desenvolvimentos na conduta humana “onde as atividades mais animais foram progressivamente empurradas para os bastidores da vida comunitária dos homens e investidas de sentimentos de vergonha” (Krarup, 1983, p. 342, tradução nossa). O processo civilizatório se refere então a essa dinâmica pela qual a conduta humana tem sido mais autocontrolada e monitorada de perto, onde existe mais intolerância à agressão e uma intensificação do comportamento ‘respeitável’ entre distintos estratos sociais. As anomalias ao longo deste processo, como revoluções violentas, são chamadas de ‘processos descivilizadores’ por Elias. Essas situações podem temporariamente reverter o processo civilizador, o qual se mantém incompleto, especialmente entre as classes menos privilegiadas.

De acordo com Giulianotti (1999), a Escola de Leicester usou o arcabouço teórico de Elias para explicar o fenômeno do hooliganismo no futebol de duas principais formas: primeiro, eles examinaram como as atitudes sociais com relação à violência em jogos de futebol mudaram ao longo da história; e, segundo, os pesquisadores atribuíram a violência dos torcedores a grupos sociais que não foram afetados pelo processo civilizatório.

Giulianotti (1999) e Haynes (1999) listam uma série de críticas que a Escola de Leicester tem recebido ao longo dos anos. Por exemplo, pesquisadores têm observado a problemática associação simples estabelecida no trabalho dos figuracionistas entre classes trabalhadoras mais baixas com uma socialização ‘violenta’ e o fenômeno do hooliganismo. Além disso, a noção de Elias do processo civilizador também tem atraído fortes críticas por seu caráter teleológico e etnocêntrico e por propor uma visão imprecisa que deturpa mesmo os desenvolvimentos históricos da Europa (Goudsblom, 1994).

### ***Democracia torcedora***

A emergência do que pode ser chamado de linha de estudos sobre ‘democracia torcedora’ está relacionado de alguma forma com os desenvolvimentos da indústria do futebol nos anos 1980 e 1990. Resumidamente, podemos dizer que a combinação de hooliganismo crônico e uma péssima administração levou o futebol inglês a uma situação crítica aos olhos do público na década de 1980 (Taylor, 1992). As emissoras de televisão se recusavam a negociar com o esporte e o público chegou a níveis baixíssimos em 1985 — os menores desde 1948 (Taylor, 1992). Uma série de desastres, que incluem o incêndio no estádio de



Bradford (1985), as brigas entre torcedores ingleses e italianos em Heysel, Bruxelas (1985), e o mais grave na história do Reino Unido, o desastre de Hillsborough em Sheffield (1989), colaboraram para a péssima reputação que o futebol estava ganhando desde o fim da era de ouro da modalidade na Inglaterra no final dos anos 1960. O desastre em Sheffield, onde 96 torcedores morreram e outros 400 se feriram, resultou em um relatório, o *Taylor Report* (1990), o qual é fundamental para compreender a reformulação da indústria e o surgimento de uma miríade de grupos de protesto de torcedores nos níveis dos clubes e nacional nos anos 1990 (Brown, 1998).

Depois da tragédia, o juiz inglês *Baron Taylor of Gosforth* foi apontado para conduzir a investigação sobre o caso e a conclusão fundamental dele foi que a falha de controle da polícia tinha sido a principal causa do desastre. O Taylor Report fez recomendações relacionadas à segurança em eventos esportivos e a mais importante delas foi a de que os estádios deveriam ser convertidos de tal forma que todos os torcedores tivessem assentos próprios. À época do desastre, os estádios eram desenhados para que o público, principalmente aquele das áreas mais baratas, ficasse de pé durante os jogos. A recomendação de assentos em todo o estádio, apesar de fundamentalmente relacionada à segurança, era altamente controversa. As organizações de torcedores que prestaram depoimentos durante a investigação de Taylor se opuseram ao modelo e torcedores e engenheiros contestaram o argumento de que os assentos eram fundamentais para a segurança do público (Brown, 1998).

Apesar da oposição ao novo modelo, ao final da temporada de 1994, todos os estádios na Inglaterra adotaram o padrão *all-seater*. Do ponto de vista dos torcedores, a adoção desse novo design resultou numa sensação de ‘impotência’ pela falta de controle que eles tinham sob as mudanças na indústria do futebol. A impressão, nesse sentido, era que os clubes estavam tirando vantagem da situação e a usando como oportunidade para ‘modernizar’ e revolucionar o futebol e o público da modalidade. Como Brown (1998) explica, “tanto a implementação quanto a experiência vivida nos estádios all-seater [...] trouxeram insatisfação para vários torcedores por causa da redução da capacidade, o aumento de preços, os esquemas de pacotes [que financiaram as novas estruturas], o declínio em atmosfera e a intensificação da regulação das atividades deles” (p. 53, tradução nossa).

Esse foi o contexto que levou à formação de mais de 40 organizações independentes de torcedores no nível dos clubes, duas entidades nacionais, uma vasta gama de grupos de

torcedores ativistas e centenas de fanzines de futebol de 1985 a meados dos anos 1990 (Brown, 1998; Haynes, 1995). Além da introdução do padrão all-seater, esses grupos militantes também buscaram questionar as ações controversas dos dirigentes esportivos. Tal agenda estava conectada então à modernização e à intensificação da comercialização do futebol europeu nos anos 1990. Como Brown (1998) contextualiza, a conjuntura socioeconômica do futebol e da Europa à época levou (e continua a levar) os clubes a tomarem decisões baseadas no mercado, que visam torná-los competitivos com os clubes mais ricos ou mesmo sobreviver nesse ambiente; contudo, esse *modus operandi* tem também impedido os torcedores de participar das decisões de seus clubes.

Grande parte da literatura sobre torcedores de futebol pós-1990 focou então nos movimentos que buscavam algum nível de democracia nas relações entre torcedores e o esporte ou, como Crawford (2003, 2004) argumenta, no paradigma da incorporação/resistência da tipologia de estudos de audiência de Abercrombie e Longhurst (1998). Brown (1998) é citado como um expoente desta perspectiva assim como Haynes (1995). O marxista Ian Taylor é mencionado como um representante inicial dessa abordagem que tem focado mais recentemente em “debates sobre a incorporação e/ou resistência de torcedores a padrões contemporâneos de comercialização do esporte” (Crawford, 2003, p. 221, tradução nossa).

### **Estudos sobre fãs de cultura pop**

Desde a década de 1980, uma vasta literatura tem sido produzida sobre fãs de cultura pop. Tal bibliografia poderia ser dividida em três diferentes gerações (Schimmel, Harrington & Bielby, 2007). A primeira corrente de pesquisas abordou as ‘audiências ativas’ e claramente adotava o paradigma da resistência discutido acima. Gray e colegas (2007) afirmam que pesquisadores como Fiske e Jenkins se inspiraram particularmente na distinção proposta por de Certeau entre as estratégias dos fortes e dominantes e as táticas dos fracos e dominados. Nesse sentido,

*fandom* era automaticamente mais que o simples ato de ser fã de alguma coisa: era uma estratégia coletiva, um esforço comunitário de formar comunidades interpretativas que em sua coesão subcultural escapavam do sentido preferido e pretendido do ‘bloco de poder’ (Fiske 1989) representado pelos meios massivos. (Gray, Sandvoss & Harrington, 2007, p. 2, itálico nosso e tradução nossa)

De alguma forma, essa poderia ser chamada de fase do ‘tudo é lindo’ nos estudos de cultura fã, onde os pesquisadores tentavam defender as comunidades de fãs da forma

estereotipada como elas eram retratadas pela mídia tradicional e por não-fãs (Gray, Sandvoss & Harrington, 2007). Com esse objetivo, os pesquisadores focaram naquelas atividades que eram vistas como patológicas — como convenções, fanzines e coleções — e fizeram um esforço para redimi-las como produtivas e criativas.

O que acelerou uma mudança na forma como a cultura pop era abordada foi uma virada histórica, particularmente nos mercados de mídia. Para Gray e colegas (2007), o movimento de uma era de *broadcasting* para outra de *narrowcasting* e o subsequente espaço central ocupado por fãs no crescentemente desregulado mercado de mídia transformou a forma como eles eram vistos: não mais caricaturas, mas sim consumidores especializados e dedicados. Os estudos nessa área moveram então para além do paradigma da incorporação/resistência para adotar um novo arcabouço teórico, este particularmente fundamentado na sociologia do consumo de Pierre Bourdieu, onde objetos e práticas de fandom eram vistas como refletindo os capitais social, cultural e econômico de diferentes grupos. Nesse sentido, as culturas fãs passaram a não ser mais espaços de autonomia e resistência, mas sim de manutenção do *status quo*.

A última geração, que seria a atual, se seguiu à corrente bourdieuniana e reflete a natureza difundida das práticas de fandom para além dos fortemente organizados participantes descritos nos trabalhos da primeira fase. Tais estudos também levam em consideração o crescente enraizamento do consumo fã nas estruturas da vida cotidiana. Essas pesquisas têm mudado as balizas de pesquisa, ampliando o escopo analítico para vastas camadas das audiências (Gray, Sandvoss & Harrington, 2007). E, como explicam Gray e colegas (2007), essa é especialmente uma mudança empírica, o que tem tornado as pesquisas de cultura fã mais diversas em termos conceituais, teóricos e metodológicos.

Gray e colegas (2007) sugerem que se existe uma forma significativa de conectar os diversos estudos atuais da área é pela ideia de que “fandom tem emergido como um aspecto cada vez mais integral dos modos de vida do capitalismo global e uma interface importante entre as micro e macro forças do nosso tempo” (p. 9, tradução nossa). Nesse sentido, o ponto de contato singular dessa contrastante literatura é que ela “foca na normalização do consumo midiático na vida cotidiana e no sentido das identidades de fãs nos processos de globalização cultural e econômica” (Schimmel, Harrington & Bielby, 2007, p. 582). Culturas de fãs são vistas hoje menos como fenômenos transhistóricos e mais como práticas situadas, profundamente entranhadas nas ordens culturais e sociais de suas épocas.

### **O torcedor como produtor**

O paradigma da resistência, ainda que contenha um arcabouço conceitual adequado para analisar movimentos sociais e outros grupos de torcedores ativistas, não fornece elementos para compreendermos de forma mais ampliada as atividades corriqueiras de torcedores em um cenário de saturação e convergência midiática. Tal paradigma já foi extensivamente criticado no campo de pesquisas de audiência por uma série de razões, incluindo a noção unitária de poder empregada (baseada unicamente em relações de classe). Já as pesquisas que partem de tal perspectiva para abordar grupos de torcedores têm falhado, entre outras coisas: 1) por traçar tipologias de indivíduos e comportamentos que não permitem a consideração de como a natureza e a composição de grupos de torcedores mudam ao longo do tempo (Crawford, 2003); 2) por romantizar as condições e modos de torcer do passado (Crawford, 2003); 3) por ignorar que as respostas de torcedores aos processos de comodificação podem ser mais alinhadas com velhas tradições opressivas como atos xenofóbicos, machistas, sexistas e de ‘nacionalista banal’ (Ruddock, 2005; Scherer & Jackson, 2010).; 4) e por também romantizar a interação direta, não compreendendo que uma obsessão com a distinção entre ‘real’ e ‘mediado’ não nos dá saídas para entender as audiências esportivas contemporâneas (Crawford, 2003).

Na verdade, o relativo ‘atraso’ teórico das pesquisas sobre torcedores é fruto de uma desconexão dessas da comunicação e estudos culturais. Como Schimmel e colegas (2007) explicam, os estudos de torcedores e de fãs de cultura pop, apesar de se dedicarem a fenômenos semelhantes, “tiveram diferentes trajetórias e (de alguma forma) se desenvolveram em áreas diferentes da academia” (p. 580, tradução nossa). Para os autores, os estudos de cultura pop sempre foram mais conectados aos estudos de mídia e culturais (até porque os próprios objetos de devoção dos fãs, neste caso, são produtos midiáticos) e as pesquisas de torcedores foram frequentemente desenvolvidas a partir de abordagens psicológicas e sociológicas — e eu acrescentaria, no caso brasileiro, antropológicas.

Dessa forma, argumento junto com Crawford (2003) que uma aproximação dos estudos de culturas esportivas e, em especial, de culturas de torcedores de futebol ao daqueles de cultura pop poderia fornecer subsídios para entendermos as práticas de torcedores de forma mais situada. Essa aproximação começaria por uma virada conceitual onde poderíamos reverter a dominação do paradigma da resistência com uma adoção mais significativa do paradigma do espetáculo/performance, como definido por Abercrombie e Longhurst (1998). O paradigma da performance aproxima os pólos da produção e recepção

e reconhece que “à medida que as audiências se tornam mais habilidosas em seus usos de mídia, suas respostas/ações não podem mais ser espremidas em um modelo simples [incorporação/resistência]” (Crawford, 2003, p. 23). Nesse sentido, a literatura que se dedica aos torcedores precisa incorporar paulatinamente os desenvolvimentos recentes da comunicação e da pesquisa de audiência, especialmente a extensão lateral do campo que começou a focar nas inúmeras coisas que o público faz além de assistir, ler e ouvir a partir dos anos 1990 (Couldry, 2012).

Importante também é destacar que a dominação do paradigma da resistência tem profundas implicações nos objetos que são considerados nas pesquisas sobre torcedores de futebol. Como os pólos da comunicação ainda são vistos como claramente separados e a aproximação entre produtor e audiência ainda não foi suficientemente incorporada nesta área, o torcedor é raramente visto como produtor e é frequentemente estudado em seus atos de incorporação ou resistência à mídia hegemônica. Ainda que não se trate de negar a dominância ideológica dos sistemas de mídia pela lógica neoliberal, a relativa falta de estudos que abordem culturas torcedoras a partir do paradigma da performance tem feito com que, por exemplo, uma ampla gama de mídia produzida por torcedores seja ignorada enquanto objetos dignos de pesquisa. O mesmo não ocorre na área de cultura pop, onde uma vasta literatura tem sido produzida que foca nos produtos de mídia (o que Fiske chamou de ‘produtividade textual’) feitos por fãs. Alguns trabalhos recentes têm focado em blogs, vlogs, podcasts e canais do YouTube produzidos por torcedores (McCarthy, 2013, 2014; Vimieiro, 2014) assim como em conceitos mais contemporâneos das análises de mídia aplicados ao universo do esporte (Martins & Soares, 2011). Essas novas abordagens podem fornecer um aporte teórico que seja capaz de explicar de forma mais atual as culturas torcedoras, que não estabelecem apenas relações binárias com a mídia, mas sim estão enraizadas num ambiente onde o consumo midiático é parte das atividades rotineiras do torcer.

### **Considerações finais**

Este trabalho fez uma breve revisão dos estudos sobre torcedores e sobre fãs de cultura pop e argumentou que eles se constituíram atrelados a disciplinas distintas. Os primeiros mais próximos da psicologia, sociologia e antropologia; os últimos, dos estudos culturais e da comunicação. Essas e outras particularidades mantiveram forte na área do futebol uma perspectiva da incorporação/resistência (a processos de comodificação e globalização; a

discursos hegemônicos), que foi, entretanto, ‘superada’ nos estudos de cultura pop, mais porosos aos desenvolvimentos, por exemplo, dos estudos de recepção. Ao final, sugeri que a aproximação entre produtor e receptor proposta pelo paradigma da performance pode contribuir para uma melhor compreensão das culturas torcedoras em um cenário pós-moderno, onde o consumo midiático, sobretudo de ferramentas digitais de produção descentralizada de mídia, faz parte da vida cotidiana de torcedores.

### Referências

- ABERCROMBIE, N. & LONGHURST, B. J. **Audiences: A sociological theory of performance and imagination**. London: Sage, 1998.
- BROWN, A. United we stand: some problems with fan democracy. In A. BROWN (Ed.), **Fanatics! power, identity and fandom in football**. London: Routledge, 1998. p. 50-67
- CÉSAR, B. T. Os Gaviões da Fiel e a Águia do Capitalismo ou o Duelo. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social). Unicamp, 1981.
- COULDRY, N. **Media, society, world: Social theory and digital media practice**. Cambridge: Polity Press, 2012.
- CRAWFORD, G. The career of the sport supporter: the case of the Manchester storm. **Sociology**, v. 37, n. 2, p. 219-237, 2003.
- CRAWFORD, G. **Consuming sport: fans, sport and culture**. London: Routledge, 2004.
- DAMATTA, R. (Ed.). **Universo do futebol: esporte e sociedade brasileira**. Rio de Janeiro: Pinakotheke, 1982.
- DUNNING, E., MURPHY, P. & WILLIAMS, J. **The roots of football hooliganism: an historical and sociological study**. London: Routledge & Kegan Paul, 1988.
- ELIAS, N. **The civilizing process**. Oxford: Blackwell Publishing, 1982[1969].
- FORTES, R. Um balanço dos estudos de esporte no Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação de 2012. **Revista Contracampo**, v. 30, n., p. 87-103, 2014.
- GASTALDO, É. **Pátria, chuteiras e propaganda: o brasileiro na publicidade da Copa do Mundo**. São Paulo: Annablume, 2002.
- GASTALDO, É. 'O país do futebol' mediatizado: mídia e Copa do Mundo no Brasil. **Sociologias**, v. 22, n., p. 352-369, 2009.
- GIGLIO, S. S. & SPAGGIARI, E. A produção das ciências humanas sobre futebol no Brasil: um panorama (1990-2009). **Revista de História**, v. 163, n., p. 293-350, 2010.
- GIULIANOTTI, R. **Football: a sociology of the global game**. Cambridge: Polity Press/Blackwell Publishers Ltd, 1999.
- GIULIANOTTI, R. Supporters, followers, fans, and flaneurs: a taxonomy of spectator identities in football. **Journal of Sport & Social Issues**, v. 26, n. 1, p. 25-46, 2002.
- GOUDSBLOM, J. The theory of the civilizing process and its discontents. Artigo apresentado no Zesde Sociaal-Wetenschappelijke Studiedagen, Amsterdam, 1994. Disponível em <http://www.norberteliasfoundation.nl/docs/pdf/GoudsblomDiscontents.pdf>. Acesso em 20 de fevereiro de 2015.
- GRAY, J., SANDVOSS, C. & HARRINGTON, C. L. Introduction: Why study fans? In J. GRAY, C. SANDVOSS & C. L. HARRINGTON (Eds.), **Fandom: Identities and communities in a mediated world**. New York: New York University Press, 2007. p. 1-16
- HAYNES, R. **The football imagination: the rise of football fanzine culture**. Aldershot: Arena, 1995.
- HELAL, R. Futebol e Comunicação: a consolidação do campo acadêmico no Brasil. **Comunicação, Mídia e Consumo**, v. 8, n. 21, p. 11-37, 2011.



- HELAL, R., CABO, A. & SILVA, C. Pra frente Brasil! Comunicação e identidade brasileira em Copas do Mundo. **Esporte e Sociedade**, v. 5, n. 13, p. 1-21, 2009.
- KRARUP, K. Book Reviews: Norbert Elias: *The Civilizing Process*, Vol. 2, *State Formation and Civilization*, Basil Blackwell, Oxford 1982. 376 pp. **Acta Sociologica**, v. 26, n. 3-4, p. 342-345, 1983.
- LEVER, J. **A loucura do futebol**. Rio de Janeiro: Record, 1983.
- MARSH, P., ROSSER, E. & HARRÉ, R. **The rules of disorder**. London: Routledge and Kegan Paul, 1978.
- MARTINS, A. V. & SOARES, T. As narrativas cross e transmídia e as características do webjornalismo no Globo esporte. **Conexão**, v. 10, n. 20, p. 55-76, 2011.
- MCCARTHY, B. Consuming sports media, producing sports media: An analysis of two fan sports blogospheres. **International Review for the Sociology of Sport**, v. 48, n. 4, p. 421-434, 2013.
- MCCARTHY, B. A Sports Journalism of Their Own: An Investigation Into the Motivations, Behaviours, and Media Attitudes of Fan Sports Bloggers. **Communication & Sport**, v. 2, n. 1, p. 65-79, 2014.
- NASH, R. Contestation in modern English professional football: the Independent Supporters Association Movement. **International Review for the Sociology of Sport**, v. 35, n. 4, p. 465-486, 2000.
- NASH, R. English football fan groups in the 1990s: class, representation and fan power. **Soccer & Society**, v. 2, n. 1, p. 39-58, 2001.
- RAMOS, R. **Futebol: ideologia do poder**. Petrópolis: Vozes, 1984.
- RUDDOCK, A. Let's kick racism out of football -- and the lefties too! Responses to Lee Bowyer on a West Ham Web Site. **Journal of Sport & Social Issues**, v. 29, n. 4, p. 369-385, 2005.
- SCHERER, J. & JACKSON, S. J. **Globalization, sport and corporate nationalism: the new cultural economy of the New Zealand All Blacks**. Bern: Peter Lang, 2010.
- SCHIMMEL, K. S., HARRINGTON, C. L. & BIELBY, D. D. Keep your fans to yourself: the disjuncture between sport studies' and pop culture studies' perspectives on fandom. **Sport in Society**, v. 10, n. 4, p. 580-600, 2007.
- TAYLOR, I. Hooligans: Soccer's resistance movement. **New Society**, v. 14, n. 358, p. 204-206, 1969.
- TAYLOR, I. Football mad: a speculative sociology of football hooliganism. In E. DUNNING (Ed.), **The sociology of sport: a selection of readings**. London: Frank Cass, 1971a. p. 352-377
- TAYLOR, I. Soccer consciousness and soccer hooliganism. In S. COHEN (Ed.), **Images of deviance**. Harmondsworth: Pelican, 1971b. p. 134-163
- TAYLOR, R. **Football and its fans**. London: Leicester UP, 1992.
- TOLEDO, L. H. d. **Torcidas organizadas de futebol**. Campinas: Autores Associados/Anpocs, 1996.
- TOLEDO, L. H. d. Futebol e teoria social: aspectos da produção científica brasileira (1982-2002). **Revista Brasileira de Informação Bibliográfica em Ciências Sociais**, n. 52, p. 133-165, 2001.
- VIMIEIRO, A. C. A produtividade digital dos torcedores de futebol brasileiros: formatos, motivações e abordagens. **Contracampo**, v. 31, n. 1, p. 23-59, 2014.