

Dos Lugares Urbanos das Cidades aos Lugares Virtuais do Ciberespaço: A reprodução e/ou apropriação das práticas de sociabilidade do futebol ¹

Rebeca Recuero Rebs²

Resumo

O presente artigo tem por finalidade apresentar as formas de sociabilidades encontradas no futebol que foram transpostas para o ciberespaço a partir da reprodução de estádios concretos em estádios virtuais no *Second Life*. Pesquisam-se como alguns grupos sociais (jogadores e torcedores) encontraram modos de manifestações identitárias semelhantes (enquanto prática social) e, ao mesmo tempo, diferenciadas em sua estrutura da vida concreta (devido o suporte da Internet), no ciberespaço. Tentam-se compreender as transposições das sociabilidades concretas do futebol no ciberespaço, buscando comparar os espaços de práticas de sociabilidade deste esporte nas cidades com o espaço virtual a fim de se entender as apropriações espaciais que vão se dar em torno desta reprodução social em meio a territórios do ciberespaço.

Palavras-chave

Lugar virtual; Lugar urbano; Sociabilidade; Ciberespaço; Futebol.

Abstract

The article intends to present the forms of sociability found in soccer that were transposed to the cyberspace from the reproduction of real stadiums into virtual stadiums in *Second Life*. Researches are being made on how some social groups (players and fans) have found similar ways of identity expression (as social practice) and at the same time distinguished in their real life structure (due to the Internet support) in the cyberspace. Attempts to understand the transpositions of the real sociability of soccer in cyberspace are being made by seeking to compare the spaces of the sociability practice of this sport in the cities with the virtual space, in order to understand the spatial appropriations that take place around this social reproduction amid cyberspace territories.

Keywords

Virtual Place; Urban Place; Sociability; Cyberspace; Soccer.

¹ Artigo apresentado no SLACTIONS - *Research conference in the Second Life®: world Life, imagination, and work using metaverse platforms*, em Setembro de 2009 (versão em inglês).

² Doutoranda do Programa de Pós Graduação em Ciências da Comunicação da UNISINOS (bolsista CAPES). E-mail: rebecarecuero@gmail.com

O lugar e as práticas sociais

Com as tecnologias da informação e da comunicação há uma ampliação dos espaços de sociabilidade em lugares criados no universo virtual (Fragoso, 2008), remetendo a mesma idéia de práticas sociais apresentada nos espaços físicos. Apesar da ausência da materialidade, estes lugares virtuais parecem funcionar como ampliadores de sentidos e simbolismos de locais e interações dos territórios concretos.

O universo do futebol evoca estas dimensões enquanto prática de sociabilidade, transformando-se em um fenômeno urbano e de massa das cidades do mundo todo. Toledo (2000) diz que no momento em que se ingressa em um estádio de futebol, uma das primeiras sensações que perpassam os corpos e as mentes dos torcedores são o êxtase e a comunhão que é proporcionada pelo jogo-espetáculo. Portanto, este fato social de importância cultural (principalmente brasileira) desprende uma ligação direta com a identidade nacional (Gastaldo *et al*, 2006), criando mitos (Rial, 2003) e tornando-se uma prática social de extrema importância e influência não apenas para a cultura, mas para a economia e para a política de um lugar.

Conforme aponta Toledo (2000), o lugar do futebol ultrapassa as fronteiras da sua sede (estádio), chegando a ambientes diferentes de bares, casas e praças. Ele alcança o universo virtual trazendo formas de interações sociais com estruturas semelhantes e, ao mesmo tempo bastante diferenciadas daquelas observadas nos ambientes sem a mediação da Internet. Desse modo, transformações parecem surgir com os espaços sociais do futebol: inicia-se um movimento de transposição de lugares e práticas sociais das cidades concretas para o ciberespaço.

Ray Oldenburg (1999) denomina estes espaços de sociabilidade como “terceiros lugares”, classificando a vida do ser humano em três reinos de experiência determinados pelos tipos de apropriação social dos lugares. O “primeiro lugar” seria o ambiente doméstico e privado, que abrigaria os sujeitos de riscos e tensões. O “segundo lugar” seria o ambiente de trabalho, dotado de interações lúdicas e laços desinteressados, priorizando a produtividade e a promoção individual. Então, o terceiro lugar surgiu, não sendo privado e nem dedicado a ambientes de “trabalho”. Seria um lugar destinado à sociabilidade entre os indivíduos (Oldenburg, 1999:14-17), como os estádios de futebol (no que diz respeito às interações entre os torcedores, visto que os jogadores encontravam-se em uma posição de segundo lugar por tratarem do futebol como uma profissão).

Parte-se das idéias desenvolvidas por Fragoso (*online*, 2008) que diz que os

ambientes virtuais de interações estão diretamente relacionados com a função de terceiros lugares. Eles favorecem a descontração, a partilha de experiências e as práticas sociais através de um clima ameno, oferecendo um ambiente confortável e seguro para os seus usuários. As interações são construídas independentes de uma ordem institucional, abolindo as diferenças de posições sociais entre seus participantes.

Considerando estes ambientes virtuais equivalentes aos terceiros lugares de Oldenburg, escolheu-se o ambiente virtual *Second Life* (SL) para a análise destas práticas sociais e territoriais concretas do futebol no ciberespaço. O SL é caracterizado por ser um ambiente multi-usuários *online*, por possuir a mediação tecnológica digital e a capacidade de permitir a comunicação interpessoal no modo “muitos-muitos” (Fragoso, Henn e Rebs, 2008). Diversos lugares do SL funcionam como transposições de lugares existentes no mundo concreto (como os estádios de futebol) e que passam a ser reproduzidos na virtualidade trazendo um caráter identitário característico para os territórios de sociabilidade que ali são criados (Rebs, 2010).

A partir disso, discute-se a dinâmica das práticas sociais que o futebol proporciona nas cidades concretas e que foram transpostas e reapropriadas no SL, caracterizando estes lugares virtuais como representações de lugares sociais concretos.

Os lugares enquanto expressão de território e de dinâmica das sociabilidades

Marc Augé (2007) acredita que "se um lugar pode se definir como identitário, relacional e histórico, um espaço que não pode se definir nem como identitário, nem como relacional, nem como histórico definirá um não-lugar". Para o autor, lugares como a virtualidade, os supostos lugares produzidos em nossas mentes, como pelas imagens da TV seriam os *não-lugares*. Assim, os estádios de futebol das cidades passam a exercer um sentido de lugar, pois conferem historicidades, revelando interações sociais em seu âmbito, despertando identidades a todos que fazem parte do grupo. No entanto, Augé parece realizar esta reflexão do não-lugar partindo do indivíduo. Significa que um lugar sem importância, não caracterizado ou ainda sem historicidade ou identidade para o sujeito em foco, seria um não-lugar. A questão torna-se complexa quando se aborda os coletivos porque o não-lugar para um sujeito pode ser o lugar para outro.

Por vezes, estes lugares passam a ter espaço no universo virtual devido ao suporte que ambientes multi-usuários *online* oferecem, permitindo interações sociais mediadas pela Internet. No entanto, com a reprodução de lugares que comportam

historicidade, que são relacionais e possuem identidade no ciberespaço, o caráter de “não-lugar” parece perder seu sentido em ambientes virtuais que admitem estas características.

Assim, apropriando a definição de Augé, também no ciberespaço existem lugares e não-lugares. Certos lugares no ambiente virtual vão agregar as mesmas características identitárias, simbólicas, relacionais e históricas que os lugares concretos. Este processo é facilmente observado em ambientes virtuais que vão tentar representar lugares físicos no ciberespaço. É o caso dos estádios virtuais do SL. Nestes lugares existem interações entre os atores sociais, há também uma identidade reconhecida pelos usuários e, ainda existe uma historicidade devido à relação com o tempo de existência do lugar e as práticas sociais ocorrentes. A diferença é que o suporte para a sociabilidade deixa de ser material e passa a ser virtual, suportado e mediado pela Internet.

A sociabilidade vai encontrando, assim, terceiros lugares diversos, caracterizando uma organização social dos sujeitos (Toledo, 2000). Ela está associada à natureza do ser humano que, em sua essência, é um ser social. Assim, sociabilidade é:

(...) a capacidade humana de estabelecer redes através das quais as unidades de actividades, individuais ou colectivas, fazem circular as informações que exprimem os seus interesses, gostos, paixões, opiniões...: vizinhos, públicos, salões, círculos, cortes reais, mercados, classes sociais, civilizações... (Baechler, 1995:65 e 66).

A partir das práticas sociais, grupos são formados em torno de interesses em comum e são despertados sentimentos de pertença que podem ser associados a lugares que serão apropriados como sendo territórios³ destes sujeitos. A dimensão do território, no entanto, parece ultrapassar as barreiras geográficas (em seus sentidos e simbolismos), conferindo identidade e interações específicas em lugares visualizados pela comunicação mediada pelo computador (CMC).

Toledo (2000) aborda as questões de apropriações das cidades pelas torcidas de futebol que expandem o seu território para além das fronteiras do estádio, estabelecendo interações sociais em outras partes da cidade (como muros pichados, bares, bandeiras

³ O território não deve ser confundido com o lugar ou o espaço. O espaço se caracteriza por ser amplo, vago, dotado de um nível de abstração elevado e sem limites determinados pelos atores sociais. Quando o espaço é dividido, limitado através de simbolismos que lhes são aplicados pelos atores sociais que nele se encontram, vão existir os lugares (Foucault, 1986, *online*). Os lugares são porções de espaço delimitadas pelos sujeitos que nele interagem, produzindo assim, uma historicidade e identidade características (Augé, 2007). E, por fim, o território é definido, delimitado, é o lugar apropriado por um ator a partir de suas relações de poder, resultando de suas atuações sobre um lugar, agregando identidade, posse e pertença a partir de uma rede relações sociais projetadas sobre o espaço (Haesbaert, 2007).

penduradas pelas janelas, etc.). O mesmo fenômeno de ultrapassagem das barreiras geográficas parece ser observado em lugares do ciberespaço que permitem a manifestação dos torcedores (como sites de redes sociais, *games online*, chats, etc.). Nestes lugares virtuais, identidades, práticas sociais e simbolismos são manifestados, encontrando, por vezes, territórios que suportam especificamente estas dinâmicas.

Em cada território (virtual ou concreto) vão ocorrer processos de sociabilidade, como relações de cooperação, conflito e competição desenvolvidas pelos grupos sociais, não apenas com o intuito de manter uma ordem, mas também a fim de agregar reputação e *status* aos seus membros, criando hierarquias e possibilitando a troca de um capital simbólico valorizado pelo grupo em seu território (Recuero, 2006). Observa-se, então, que as dinâmicas de grupos sociais vão estar diretamente ligadas a uma escala espacial, em uma construção de um “lugar próprio”, de um território tecnicamente “inviolável” que reforça a identidade do grupo, expressando a sua territorialidade (Albagli, *in* Braga, Morelli e Lages, 2004:28).

Para se compreender a organização, a dinâmica e os valores de um determinado grupo social, se faz necessário, além do conhecimento do território, o conhecimento prévio das interações que decorrem em trocas simbólicas. É preciso uma noção da sociabilidade que é desenvolvida e apropriada constantemente nos lugares ao qual ocorrem as práticas sociais. Caiafa fala que “aprendemos um ritmo coletivo. Há uma fruição possível em ingressar nessa onda coletiva: não se está em casa, é preciso recolocar o corpo, e isso pode ser uma experiência interessante” (Caiafa, 2006:3). Observa-se, então, que a compreensão do cenário social-urbano é naturalizada e essencial para a comunicação entre os sujeitos. Sem este “entendimento” o dinamismo das interações é prejudicado, afetando o fluxo dos lugares urbanos.

Fragoso (2008, *online*) diz que a sociabilidade na época atual encontra-se extremamente dependente da mobilidade e da fluidez, mostrando que um número significativo de pessoas convive diariamente com outras a partir da sociabilidade tecnologicamente mediada. Nestes lugares virtuais onde a sociabilidade acontece, também vão existir chaves culturais que são importantes para a sociabilização dos indivíduos. Entra-se em contato com culturas distintas e o caráter lúdico destes lugares *online* agrega um sentido menos exigente nas relações interpessoais, evitando situações que, no universo concreto, poderiam ser irreconciliáveis (Fragoso, 2008, *online*).

Assim, o conhecimento da dinâmica dos lugares (virtuais ou concretos) estará ligado à compreensão de sua sociabilidade. Do mesmo modo, o entendimento do lugar

como um território liga-se à apropriação feita pelo sujeito (ou grupo) no lugar, despertando a posse e o sentimento de pertença.

Lugares concretos que têm a sua representação no universo virtual possuem semelhanças e diferenças não apenas pelo suporte onde as interações entre os atores sociais acontecem, como também a forma com que elas vão ocorrer. A partir disso, abordam-se os estádios de futebol do SL e as práticas sociais desenvolvidas nestes lugares (e territórios), comparando a sociabilidade, seus sentidos e simbolismos com os lugares concretos que serviram de inspiração para estas construções virtuais.

As práticas sociais do futebol nos lugares das cidades concretas

O futebol possui territórios bem definidos nas cidades urbanas concretas. Ele desperta o sentimento de pertença aos atores que participam das suas práticas sociais, desenvolvendo ideologias e compondo uma identidade nacional que une os indivíduos em torno de ideais comuns (Rial, 2003). É um evento social capaz de grandes mobilidades e transformações sociais, a começar pela ampliação do lugar do estádio para as ruas, traçando um caráter festivo e competitivo entre sujeitos (Gastaldo, 2004).

Turner (1990) afirma que o futebol é um ritual que apresenta uma configuração sequencial a partir de suas práticas pré-determinadas e já conhecidas pelos indivíduos que participam do mesmo ritual. Assim, o jogo entra em um campo de significações espalhadas pelas cidades, mas que tem caráter efêmero pela ligação com o tempo.

Existe um ritual dos jogos de futebol que é determinado pela televisão e que já faz parte da sociabilidade (Rial, 2003). Conforme Gastaldo aponta, “é inconcebível pensar o universo do esporte-espetáculo sem a sua apropriação midiática” (Gastaldo, 2004:3). Há a repetição das melhores sequências de jogadas, há o esplendor das torcidas e a narrativa comovente (Rial, 2003). O assistir ao futebol passa de uma simples reprodução de um jogo para um ritual de junções entre amigos, de partilha de sentimentos e sensações de unidade no “combate” futebolístico. O futebol aproxima indivíduos ao mesmo tempo em que afasta outros (como os torcedores do time rival). Ele faz com que as pessoas partilhem de um capital social⁴ comum.

Nas sociabilidades urbanas existem sedes, lugares que vão comportar uma identidade que materializa o ritual pela qual os grupos interagem de forma que exista

⁴ Capital social é compreendido aqui como sendo um conjunto de recursos possuídos pelo grupo social (Putman *apud* Recuero, 2006).

um conjunto de signos que vão trazer-lhes familiaridade. Estes lugares vão ser caracterizados por serem territórios (agregando identidades, historicidades e um conjunto de interações simbólicas extremamente significativas para os seus integrantes).

A sociabilidade dos jogos, no entanto, possui um caráter competitivo diferente de outros espaços de sociabilização como os bares, por exemplo. Estas distribuições feitas pelas torcidas nos estádios representam uma série de simbologias que são conhecidas e compreendidas pelos sujeitos que participam do ritual. Entretanto, a competição pode transformar-se em conflitos (mesmo com a lógica de distribuição dos espaços nas arquibancadas), gerando, por vezes, ameaças físicas (Toledo, 2000:135).

Quando o torcedor veste a camiseta do seu time, o outro que usa a camiseta com o mesmo símbolo passa a ser visto como um companheiro, esquecendo-se as diferenças sociais, econômicas e culturais, sendo soberana a “religiosidade” do futebol. O “sentir-se igual”, participante de um mesmo interesse comum, faz com que não haja mais papéis hierarquizados, ou seja, o ritual das torcidas faz com que seus integrantes passem a homogeneizar-se, ocorre uma ilusória desintegração da visualização das classes sociais, mesclando campos sociais a partir da natureza dos disjuntivos das competições modernas (Toledo, 2000). Da mesma forma, há a priorização de uma apropriação simbólica das vivências, das ações, identidades e espaços destes torcedores, que vão acabar por possuir um “estilo de vida” característico nos espaços das cidades (Toledo, 2000:137). Significa que o futebol permite ao sujeito assumir a identidade de torcedor em diferentes lugares das cidades, vagando com a camiseta pelos não-lugares e lugares interagindo com os outros a partir do caráter simbólico que as suas vestes carregam.

As cidades são enfeitadas com símbolos (em carros, janelas) e as ruas têm seu trajeto modificado para facilitar o acesso ao estádio pelos torcedores, bem como a segurança da população. A vida das cidades é modificada com o futebol (Toledo, 2000) a partir da apropriação dos lugares urbanos.

Há também a apropriação midiática dos esportes que “perpassa mesmo a existência ‘direta’ de assistir a um jogo de futebol no próprio estádio, onde muitos torcedores acompanham a partida com os olhos no gramado e com um radinho de pilha colado ao ouvido” (Gastaldo, 2004:4). Mesmo no próprio território do jogo, a mídia é presente e define pontos, esclarece dúvidas e determina situações. Com ela o torcedor não precisou mais sair de casa para assistir a um jogo de futebol, oferecendo um novo lugar para o esporte. Amigos, vizinhos e família, passam a se reunir em volta da TV para torcerem, emocionarem-se e desfrutarem do consumo massificado do esporte

(Gastaldo, 2004). A posição de consumidores de esportes traz um caráter de participação imaginária a partir da ilusão do jogo (Bourdieu *apud* Gastaldo, 2004), ou seja, o torcedor sente-se parte essencial para a conquista da vitória do seu time.

A apropriação e reprodução das práticas sociais do futebol no *Second Life*

O *Second Life* (SL) é caracterizado por ser um ambiente virtual em que avatares⁵ podem interagir em tempo real. Ele é um MUVE⁶ 3D em que há uma reprodução do mundo concreto, onde pessoas vivem sua “segunda vida” no ciberespaço. O mundo inteiro do SL - atrações, objetos, lugares - são criados pelos habitantes e pertencem a eles. Desta forma, percebe-se que a concepção de territorialidade das pessoas, pode estar ligada ao que estes indivíduos percebem e acreditam ser no ciberespaço permitindo assim, uma sociabilização através da realidade virtual.

Além das inúmeras atrações que são reproduzidas no SL (como zoológicos, lojas, festas, shows e, até mesmo, réplicas virtuais de cidades e monumentos), existe a criação de estádios de futebol onde seus residentes jogam “profissionalmente” na vida virtual. Significa que, além do usuário que joga futebol virtual por mera diversão no SL, vão existir usuários que terão esta profissão no mundo virtual, ou seja, vão receber salários virtuais por exercerem a profissão de jogadores de futebol profissional no SL⁷.

O “esporte” virtual é desenvolvido por sujeitos que se interessam pelo jogo, funcionando semelhante a um *game*, onde vários usuários, de diferentes partes do mundo, através de suas habilidades no jogo, são contratados pelos times profissionais de futebol virtual do SL (que são administrados por outros usuários) e, assim participam de campeonatos organizados por empresas como a ISN *Virtual Worlds*⁸ e a TIM⁹. A visibilidade do evento tem ganhado ênfase recente no Brasil, visto que o país que ainda possui maior audiência no futebol virtual do SL é a Itália¹⁰.

⁵ Avatares são considerados representações visuais de usuários (denominadas de “residentes” no SL).

⁶ *Multi-User Virtual Environments*

⁷ Fala-se em profissionalmente devido ao caráter de “segunda vida” do SL, pois existe uma remuneração aos “trabalhadores virtuais” do jogo. Estes, por sua vez, são os próprios usuários que desempenham funções no mundo virtual do SL semelhantes a profissões da vida concreta, como vendedores, policiais, jogadores de futebol, entre outros. Desse modo, os usuários podem ser trabalhadores, profissionais do mundo virtual do SL e, assim, recebem salários virtuais através da moeda virtual do SL – *linden*.

⁸ É uma empresa que fornece Consultoria e Gestão de Projetos para pesquisas nos mundos virtuais, em especial para a *Linden Lab's' SL Grid* e a plataforma *Second Life*.

⁹ Empresa do Grupo Telecom Itália: é uma operadora de aparelhos móveis.

¹⁰ São feitas, inclusive, coberturas jornalísticas por blogs ou ainda pela mídia presente no próprio SL (Dados coletados em entrevista com o presidente da Confederação Brasileira de Futebol Virtual – CBFV, HenriquexX Zilz do SL em 6/01/2009 e também do site da ISN Virtual World -

A sociabilidade nos lugares virtuais do ciberespaço vão se dar de forma semelhante que nos lugares concretos no sentido da interação homem-homem a partir da fala e da escuta (por microfones), da escrita (teclados) e do visual. A grande diferença encontra-se na mediação que é realizada pela Internet que parece trazer um caráter mais libertário para as interações sociais por permitir a não exposição física do sujeito.

Ao jogar o futebol virtual, além da interação com sujeitos em tempo real através da CMC, os usuários do SL podem se tornar jogadores profissionais fazendo com que sonhos e desejos que antes eram impossíveis de serem concretizados no universo material (devido a incapacidades físicas, técnicas ou ainda financeiras) possam ser realizados através da proposta do *game*. No entanto, observa-se um movimento onde o torcedor de futebol das cidades concretas passa do caráter de simples torcedor para o de jogador virtual, sugerindo uma possível transformação dos “terceiros lugares” de Oldenburg (1989) para “segundos lugares” quando levada em referência o caráter de “segunda vida” do SL.

Em muitos casos, residentes do SL que possuem como profissão na “segunda vida” o futebol, atingem a fama neste universo, tornando-se ícones no mundo virtual. É o caso de grandes jogadores das seleções virtuais que acabam por se destacar pela grande quantidade de gols, recebendo, assim, maior salário na vida virtual. Os residentes¹¹ buscam *status* por meio de suas jogadas, apresentando aos torcedores as técnicas que desenvolveram nos sistemas para melhorar a atuação de seus avatares.

[11:22] W.T.: esse daí é o maior artilheiro da seleção nacional

[11:22] W.T.: esse cara faz mais gols que o Ronaldinho

[11:22] W.T.: todo mundo do mundo do futebol aqui conhece ele ^{12 13}

Observa-se a existência de um valor voltado para a autopromoção, igualmente ao que é observado no futebol das cidades concretas. A intenção do próprio jogo de futebol virtual parece ser criar um ambiente de sensações, sentimentos e emoções semelhantes ao que se observa na vida concreta. Um jogador de futebol no SL e ex-presidente da CBFV¹⁴ diz que o objetivo do futebol virtual é tentar ser o mais próximo possível do futebol do mundo físico. Ao mesmo tempo em que se parece muito com um *game*

<http://isnvirtualworlds.com/isn/index.php>.)

¹¹ Residente é como é chamado o usuário do SL que “vive”, “mora” no MUVE.

¹² Trecho de entrevista dada em 05/01/2009 com o usuário jogador de futebol virtual W.T..

¹³ As entrevistas foram mantidas na íntegra, não sendo corrigidos possíveis erros da língua, digitação ou gírias utilizadas pelos usuários do *Second Life*. Do mesmo modo, a identidade dos entrevistados foi mantida em sigilo, sendo utilizadas letras aleatórias para identificá-los no presente trabalho.

¹⁴ CBFV – Confederação Brasileira de Futebol Virtual

(como o jogo *Winning Eleven*¹⁵), ele mobiliza pessoas de forma séria, necessitando dedicação ao seu time, em especial aos jogadores profissionais, “pois somente com treino e dinheiro virtual (a partir de patrocínios e remuneração dos jogadores e dirigentes do clube) é que se consegue mobilizar grandes partidas do esporte no SL”¹⁶.

Verifica-se que o futebol virtual parece ter em seu espaço um ritual bem semelhante ao que é apresentado pelo futebol do mundo concreto (no entanto, em proporções bem menores). Ele junta inúmeras identidades características quando há a presença do jogo, como a mídia do mundo virtual, vendedores, torcedores e muitos curiosos. Em épocas de jogos no SL, torcedores (jogadores, familiares de jogadores e participantes do clube) saem com as camisetas e bandeiras de seus times nas ruas. Isso faz com que a sociabilidade através do futebol seja presenciada também no universo virtual. Os residentes identificam-se com os “companheiros de time”, pois partilham de um capital social comum, facilitando as suas interações. Do mesmo modo, firmam laços sociais em torno desse capital comum, sociabilizando-se em torno do esporte virtual.

[9:50] T.T.: na verdade eu era muito desconhecido no SL
 [9:50] T.T.: a partir da ideia de trazer o futebol pro Brasil é q conheci amigos
 [9:50] T.T.: e até brasileiros que já atuavam na Itália
 [9:51] T.T.: e hj acesso o sl pelas amizades que fiz aqui
 [9:51] T.T.: ms o futebol é algo que me ajudou a socializar mais rápido¹⁷

Observa-se que as pessoas vão ao estádio virtual pelo mesmo motivo de que vão ao estádio concreto: alguns para jogar, outros para assistir ou ainda para visitar. No entanto, os torcedores dos jogos realizados no SL não alcançam um número tão significativo como nos jogos concretos, por diversas causas como a falta de divulgação, a diferença de fins no SL e aos limites de acesso à Internet no mundo.

[12:10] 1L1S: torcedores existem mas sao poucos
 [12:10] 1L1S: qm vm olhar os jogos sao mais os proprios jogadores de outros times ki estao no campeonato pra ver como funciona o time adversário
 [12:10] 1L1S: os ki torcem geralmente sao amigos dos jogadores e dirigentes
 [12:12] 1L1S: o futebol aki mobiliza jogadores ms torcedores não mto
 [12:13] 1L1S: ele ate aproxima pessoas como uma forma de diversão, tipo vc gosta de futebol, eh jogador no sl e tal¹⁸

Assim, parece que a função social que o futebol desempenha nas cidades concretas é observada de forma amena nos espaços virtuais. Entretanto, existem diferenças das sociabilidades vistas nos lugares virtuais, das sociabilidades observadas nos lugares materiais. Apesar de afirmar que “a discussão é parte do espetáculo e

¹⁵ Jogo de futebol para o console *PlayStation*.

¹⁶ Trecho de entrevista dada no dia 06/01/2009 com o usuário A.W..

¹⁷ Trecho de entrevista dada no dia 05/12/2009 com o usuário T.T..

¹⁸ Trecho de entrevista dada no dia 15/12/2008 com o usuário 1L1S..

sempre vai existir em tudo o que usarem o futebol”¹⁹, o entrevistado T.T. diz que existe um controle social no aplicativo devido à existência de conflitos entre jogadores ou ainda por torcedores. Existem regras nos jogos e as pessoas que não as seguem são “bloqueadas” e banidas do acesso aos territórios do futebol. Assim, os residentes devem compreender o ritmo que é desenvolvido no futebol do SL (conforme Caiafa, 2003, fala) para compreender as formas de interações que são abordadas, bem como suas regras.

O futebol no SL também traz questões relacionadas à nacionalidade, despertando identidades coletivas, conforme abordado por Rial (2003) ao observar o futebol nas cidades. Verifica-se a presença de times que levam consigo a identidade de países concretos, reproduzindo-os em times de futebol do SL, conforme se observa nos trechos de entrevista de dois jogadores a seguir:

[12:03] 1L1S: ja existe a liga espanhola tb

[12:03] 1L1S: o unico pais atrasado infelizmente por falta de motivação das pessoas é o brasil

[12:04] C.S.2: os times brasileiros sao poucos desenvolvidos aqui

[12:04] C.S.2: eu sou italiano e jogo numa equipe italiana, mas tm brasileiros que jogam comigo aqui pq nao tm time bom no seu pais²⁰

Sem uma mobilização tão forte como no futebol das cidades físicas, o futebol virtual não possui a mesma força de transformações sociais e econômicas no SL como na vida concreta. Significa que mesmo existindo certa modificação do espaço virtual como a introdução de vendedores virtuais de produtos relacionados ao futebol (como camisetas, bandeiras e até mesmo bancas de “comida” e “bebida” na entrada dos jogos virtuais) há certa movimentação nas ruas do SL quando há jogos, ocorrendo modificações efêmeras semelhantes ao que acontece nos lugares concretos.

O caráter competitivo do futebol virtual é o mesmo observado no futebol concreto. Sabe-se que a cooperação se caracteriza por ser o processo que organiza a sociedade, podendo partir de interesses individuais que são compreendidos pelo grupo, o qual desprende ações coletivas a fim de manter a estrutura social (Recuero, 2006:93). Assim, a cooperação entre os participantes do jogo é evidente, em especial por partilharem de um capital social comum (vencer). É a partir dela que se tem o desenvolvimento do sentimento de pertença e de identidade coletiva. No entanto, o conflito existe e “pode gerar hostilidade, desgaste e ruptura da estrutura social. Muitas vezes, é associado à violência e à agressão” (Recuero, 2006).

A competição pode gerar conflito ou ainda cooperação (Burt, 1992, *apud* Recuero

¹⁹ Trecho de entrevista dada no dia 05/12/2009 com o usuário T.T.

²⁰ Trecho de entrevista dada no dia 15/12/2008 com os usuários 1L1S e C.S.2.

2006:94) de modo que venha a fortalecer ou desgastar a estrutura social gerando rupturas de relações sociais (Recuero, 2006). Ela pode funcionar como forma de adquirir algum *status* social ou reputação dentro do grupo social, onde aquele que conquistar mais capital social na disputa (ou seja, o time vencedor, a torcida do time vencedor ou o próprio jogador que faz os gols), será automaticamente valorizado pelo seu grupo social. Assim, estes membros que adquirem reputação com o capital conquistado vão agregando pessoas em torno de seu grupo (como admiradores e fãs).

É importante compreender também, que além das agregações que se dão em um grupo social, existem rupturas também no lugar virtual do futebol, ou seja, a partir de um conflito (como brigas entre os integrantes de um time, discussões com os técnicos, brigas de torcedores), membros de um grupo deixam de participar dos rituais por não aceitarem os ideais propostos pelos seus superiores ou mesmo, pelos ideais do seu time.

Com relação aos territórios dos times, observa-se que os estádios são reproduzidos no SL com referência direta aos estádios já existentes na vida concreta (tanto na forma de organização dos elementos no espaço, como na forma de “réplicas” virtuais de estádios já existentes nas cidades). Estes estádios vão atuar como extensões simbólicas e identitárias de territórios concretos (Rebs, 2010). Entretanto, existem estádios “inéditos”, criados sem ter a relação direta com a representação de um lugar específico. Mesmo assim, estes estão fortemente associados à reprodução de lugares concretos que servem de base (de inspiração) para a sua visualização no ciberespaço. Isso aponta para uma forte ligação entre mundo virtual e concreto e suas práticas.

Pelo motivo de gerar certo público, de despertar ícones virtuais e ainda lidar com o imaginário coletivo das pessoas, o futebol no SL também investe no comércio de artigos esportivos, pois existe a busca por camisetas de futebol que, assim como na vida concreta, são colecionadas e valorizadas pelos usuários do SL “amantes” do futebol.

[16:56] D.S: to com todas camisas aki d seleção pq sou fã de futebol

[16:57] D.S: ai compro todas q vende aki pq e tudo mais barato q na real life

[16:57] D.S: o pessoal se amarra no meu visual rsss²¹

Portanto, verificamos a existência de relações sociais no universo do futebol do SL semelhantes, diretamente, com as práticas sociais observadas no futebol do universo das cidades concretas, diferenciando-se pelo suporte (uma virtual e a outra concreta).

Considerações finais

²¹ Entrevista dada no dia 5/10/2007 com o usuário D.S..

Todos os mitos, interações, significações e simbologias que caracterizam o futebol agem como modos de sociabilidade onde há a oportunidade de colocar em ação a forma competitiva de sociabilidade através de um jogo. Estas simbologias são transportadas, também, para o ciberespaço. O futebol une pessoas em volta do bar, une famílias e amigos ao redor do televisor e ainda transforma cidades em verdadeiros espaços de “guerra esportiva”. No mundo virtual ele une usuários em torno de um jogo que reporta as mesmas práticas sociais (como a publicidade, a competição e a sociabilidade) que os lugares e interações aos quais ele se inspira na vida concreta.

Da mesma forma que o futebol do mundo material, o futebol virtual parece mexer com o imaginário social, atuando sobre mídias (no caso, blogs e sites de redes sociais) e economias de um lugar (através da publicidade virtual). Apesar das limitações físicas que a CMC oferece, a dinâmica da competitividade, da cooperação, dos conflitos e da aquisição de reputação por parte dos indivíduos envolvidos nesta prática esportiva, tem demonstrado ser semelhante nos mundos concreto e virtual. Observou-se também que os lugares do ciberespaço reproduzem estádios concretos, carregando consigo simbolismos e identidades associadas à cultura do esporte. Assim, lugares passam a ser representações simbólicas de locais concretos, funcionando como ampliações identitárias de times das cidades que são buscados por usuários com interesses comuns.

Os estádios virtuais parecem ser repletos de força identitária. Eles são utilizados não apenas para sediar territórios (como na vida concreta) como também para serem palcos de práticas sociais específicas com o intuito de formar grupos (torcidas ou times) que atuam em um lugar, tecnicamente, mais seguro que nas cidades físicas. No entanto, a CMC permite uma apropriação das práticas de sociabilidade, pois mesmo buscando reproduzir territórios e lugares concretos, a comunicação sempre será mediada pela Internet, o que vai trazer um caráter diferenciado na interação social. Apesar das várias facilidades que os lugares virtuais do ciberespaço parecem oferecer com relação aos lugares concretos das cidades (em especial ao preconceito, regras, liberdade e segurança), o universo do ciberespaço não se dissocia da vida concreta, o que poderia justificar, em parte, a reprodução de lugares, práticas e territórios no ciberespaço.

Referências Bibliográficas

ALBAGLI, Sarita. Território e Territorialidades. In LAGES Vinícios; BRAGA, Christiano; MORELLI, Gustavo (Org.). *Territórios em movimento: cultura e identidade como estratégia de inserção competitiva*. Sachs Prefácio, Rio de Janeiro: Relume Dumará/Brasília DF: Sebrae, 2004. 350 p.

AUGÉ, Marc. *Não-lugares: Introdução a uma antropologia da sobremodernidade*. 1. ed. Campinas: Papirus, 2007. 112 p.

BAECHLER, Jean. Grupos e Sociabilidade. In: BOUDON, Raymond (Org). *Tratado de Sociologia*. Traduzido por Teresa Curvelo. Rio de Janeiro: Zahar, 1995. p. 65-106.

CAIAFA, Janice. *Solidão Povoada. Viagens silenciosas no metrô do Rio de Janeiro*. In: XV Encontro anual da associação dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. Trabalho apresentado no GT Comunicações e Sociabilidades. Anais da XV COMPÓS, Bauru – SP, 2006.

FOUCAULT, Michel. **Other spaces**: The principles of heterotopia. Lotus International: Quarterly Architectural Review, 1986. p. 9 - 17. Disponível em: <<http://foucault.info/documents/heterotopia/foucault.heterotopia.en.html>>. Acesso em: 23 jul. 2008.

FRAGOSO, Suely. *Games Online como Terceiros Lugares*. Revista Fronteira (UNISINOS), São Leopoldo, RS, v. 10, p. 36-45, 2008.

FRAGOSO, Suely; HENN, Ronaldo e REBS, Rebeca Recuero. *Proposta de uma Taxonomia dos Lugares Online*. In: SIMPÓSIO DE CIBERCULTURA – ABCIBER, 2, 2008. São Paulo. Anais do II Simpósio de Ciberultura ABCiber. São Paulo:PUCSP, 2008. Disponível em: <<http://www.cencib.org/simposioabciber/PDFs/CC/Suely%20Fragoso,%20Ronaldo%20Henn,%20Rebeca%20Recuero%20Rebs.pdf>>. Acesso em: 22 out. 2009.

GASTALDO, Édson. *A arquibancada eletrônica: questões sobre futebol, mídia e sociabilidade no Brasil*. In: XIII Encontro Anual da associação dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. Trabalho apresentado no GT Mídias e Recepção. Anais da XIII COMPÓS, São Bernardo do Campo – SP, 2004.

_____. *A bola no bar. Apontamentos sobre recepção coletiva em jogos de futebol midiaticizados em locais públicos*. In: JACKS, Nilda et al (Org.). *O que sabemos sobre audiências? Estudos latino-americanos*. Porto Alegre: Armazém Digital, p. 156-170. 2006.

HAESBAERT, Rogério Costa. *O mito da desterritorialização: do “fim dos territórios” à multiterritorialidade*. 3 ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2007. 395 p.

OLDENBURG, Ray. *The Great Good Place*. New York: Marlowe & Co, 1999.

REBS, Rebeca Recuero . *O lugar no espaço virtual: um estudo etnográfico sobre as recriações de territórios do mundo concreto no Second Life* . Dissertação de mestrado. 2010. 263 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2010.

RECUERO, Raquel. *Comunidades em redes sociais na Internet : proposta de tipologia baseada no fotolog.com*. Tese de doutorado. 2006. 334 f. Tese (Doutorado em Comunicação) - Programa de Pós Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2006.

RIAL, Carmen. RIAL, Carmen. *Televisão, futebol e novos ícones planetários. Aliança consagrada nas Copas do Mundo*. In: Encontro Anual da Associação dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (COMPÓS), 12, Recife, 2003. Anais da XII COMPÓS, Recife, jun. 2003. Disponível em: <http://www.compos.org.br/data/biblioteca_972.PDF>. Acesso em: 09 jun. 2009.

TOLEDO, Luiz Henrique de. *A cidade das torcidas: representações do espaço urbano entre torcedores e torcidas de futebol na cidade de São Paulo*. In: MAGNANI, José Guilherme, TORRES, Lílian de Lucca (Org.). Na metrópole. Textos de antropologia urbana. São Paulo: EDUSP, FAPESP, 2000. p. 124-155.

TURNER, Jonathan H. *Sociologia conceitos e aplicações*. São Paulo: Makron books, 1999.