

A PAIXÃO PELO FUTEBOL E A CONSTRUÇÃO DE UMA NOVA IDENTIDADE: INDÚSTRIA CULTURAL EXCITA, FREUD EXPLICA

Luciano de Castro Tomazett
(Graduado UEG/ESEFFEGO)

Recebimento/Aprovação: Artigo recebido em setembro de 2008 e aprovado para publicação em dezembro de 2008

Resumo

Numa trajetória ascendente o espetáculo esportivo, em especial o futebol, entra cada vez mais nos espaços sociais, nas casas, escolas, trabalho, influenciando a sociabilidade das pessoas, até mesmo na cor da roupa vestida. Este artigo objetiva compreender as nuances da estrutura comportamental e identitária dos torcedores nos espetáculos de futebol em Goiânia e também analisar como o sistema capitalista se apropria desses conteúdos psicológicos para potencializar o consumo. Para isso, foram realizadas entrevistas com os torcedores das agremiações: Goiás Esporte Clube e Vila Nova Futebol Clube. Em seguida foi feito um confronto entre a teoria freudiana dos grupos psicológicos, a classificação dos tipos de torcedores feita por Heitmeyer e as entrevista colhidas. Finalmente todo esse contexto foi analisado sob a luz da teoria crítica da Escola de Frankfurt, recorrendo mais especificamente à *indústria cultural* descrita por Theodor Wiesengrund Adorno e Max Horkheimer.

Palavras-chave: torcedor, padrão de sociabilidade, psicanálise e indústria cultural.

Abstract

In a trajectory ascending the sports events and in particular football, increasingly enter the social spaces in homes, schools, work, influencing the sociability of people, even the color of the clothes worn. This article aims to understand the nuances of behavioral structure and identity of the spectacles of football fans in Goiânia and also examine how the capitalist system appropriate the psychological content to increase consumption. For this, interviews were conducted with the fans of associations: Goiás Esporte Clube and Vila Nova Futebol Clube. Then a comparison was made between the Freudian theory of psychological groups, the classification of types of fans made by Heitmeyer and interview harvested. Finally all this context was examined under the light of critical theory of the Frankfurt School, using more specifically the cultural industry described by Theodor Wiesengrund Adorno and Max Horkheimer.

Keywords: football fan, standard of social, psychoanalysis and cultural industry.

Introdução

O futebol é um esporte de grande popularidade mundial, mas para chegar nesse ponto ele passou por um processo histórico. No Brasil, na década de 40, ele já apresentava um público extraordinário e em 1942, 70.281 pessoas assistiram à partida entre São Paulo e Corinthians, no estádio Paulo Machado de Carvalho, o Pacaembu (Toledo, 1996).

Um ponto importante para o futebol se tornar esporte das massas, foi a sua fagocitose pelo mercado esportivo, tanto no que diz respeito aos produtos destinados a um público consumidor, quanto à sua expressão enquanto espetáculo esportivo. Isso ocorreu por diferentes vias como a *indústria cultural* e os meios de comunicação de massa ou mesmo como espaço acessível às pessoas de diferentes classes sociais (Stigger, 2005).

Diante desse quadro e ao freqüentar os espaços de manifestação de torcedores, percebi a elevada gama de relações pulsantes ali. Assim, sistematizei a pesquisa a partir do seguinte problema: como explicar as dimensões comportamentais e identitárias de torcedores nos espetáculos de futebol na cidade de Goiânia? Os objetivos norteadores foram: compreender as nuances da estrutura comportamental e identitária desses torcedores e analisar como o sistema capitalista se apropria de tais conteúdos psicológicos para potencializar o consumo.

O artigo parte de fatores que subsidiaram o surgimento da torcida, sua forma de manifestação e tipologia classificatória. Busca relações entre a teoria dos grupos psicológicos descrita por Freud e as características comportamentais dos torcedores apresentadas nos ambientes pesquisados. Finalmente, sob a luz teórica da *indústria cultural*, procura por pontos que utilizam essas dimensões psicológicas para incrementar o consumo.

Metodologia

A pesquisa foi feita seguindo as indicações do estudo do tipo etnográfico, caracterizado como a “*ciência da descrição cultural*” (Ludke e André, 1986: 15). A técnica utilizada foi a *observação participante* que é composta de quatro elementos: análise documental, observação, entrevistas semi-estruturadas e introspecção. Para as observações foi utilizada a técnica do *observador total* em que o observador não revela sua identidade ao grupo pesquisado. Num outro momento foram realizadas as entrevistas utilizando o formato de entrevistas semi-estruturadas, com os torcedores das agremiações Vila Nova Futebol Clube e Goiás Esporte Clube, equipes com as torcidas mais expressivas do estado e que apresentam uma rivalidade histórica. Isso foi realizado durante o Campeonato Goiano e Copa do Brasil de 2008 (*ibid*).

É importante ressaltar que as entrevistas entrarão no corpo do texto, a partir das primeiras articulações com a teoria. Desta forma, o método *hermenêutico-dialético* foi o indicado para que se estabelecesse uma relação entre os níveis geral e particular. O geral é o nível das determinações fundamentais que diz respeito ao contexto sócio-histórico, político e econômico. O particular é o nível da organização e classificação dos fatos surgidos que determina as condições particulares do objeto de estudo. Dessa articulação geral/particular extraímos as possíveis respostas para o problema (Minayo, 1994).

Futebol: o despertar de uma paixão

O futebol aqui visto como um legado cultural, trás em si uma gama de relações, sobretudo quanto ao despertar de paixões e amores. A identificação com determinada agremiação gera uma relação que atinge níveis diversos, com maior ou menor intensidade (Toledo, 1996).

Vejamos um trecho de uma entrevista que reflete essa relação torcedor/time:

Eu amo o Vila, o Vila é a minha vida, quando eu tinha doze anos, eu vi o Vila jogando pela primeira vez e me apaixonei pelo time (Entrevista nº. 09, cedida dia 30 de março de 2008, no estádio Jonas Duarte, na cidade de Anápolis, no jogo Anápolis x Vila Nova).

A torcedora de 59 anos, ao expressar o seu amor pela equipe não economizou palavras e declarou entregar a própria vida:

Eu aprendi a torcer pelo verdão pela cor da camisa, nunca tinha visto, aprendi a torcer, sou apaixonada, morro pelo meu verdão (Entrevista nº 32, cedida dia 06 de abril de 2008, no estádio Abrão Manoel Costa, na cidade de Trindade, no jogo Trindade x Goiás).

O futebol adquiriu grande adesão popular, principalmente pelo fato da sua expansão simultânea ao desenvolvimento urbano ocorrido no Brasil nas primeiras décadas do século passado. Tal prática também se deve em parte ao seu largo espectro de aceitação social, sendo jogado pelas elites e pelas classes pobres ou recém alforriadas, as que deram origem ao futebol de várzea (Pimenta, 1997).

Nesse contexto surgiram os grupos de torcedores de vanguarda, que em um primeiro momento traziam suas paixões individuais, que convergiam para uma direção comum, servindo o time, como elemento unificador. Por se tratar de um interesse coletivo, ele considerava os fatores emocionais, os gostos e preferências, fatores subjetivos, que se projetavam na materialidade pela simbologia, tendo como meio de manifestação uma forma de torcer, que vai incorporando novos comportamentos, sendo esse o embrião de um novo *padrão de sociabilidade* dos torcedores (Toledo, 1996).

As primeiras manifestações desse padrão podem ser reconhecidas nas bandeiras, nos hinos cantados, nas faixas e camisetas utilizadas para determinar a preferência clubística de cada indivíduo. O autor descreve esses fatores destinados a caracterizar os torcedores organizados, porém outros torcedores não organizados também apresentam esse *padrão de sociabilidade* que é:

Expresso numa determinada maneira de torcer e participar no futebol profissional, incorporando novos símbolos, inaugurando performances, e na estética, comportamentos, regras, organização, constituindo um determinado estilo de vida no modo como usufruem e participam do futebol (Toledo, 1996: 122).

Esse padrão de sociabilidade pode também ser traduzido em um estilo de vida¹, ao tomar conta de outras dimensões da vida cotidiana do torcedor, interferindo e determinando seu comportamento:

As vezes eu até deixo de ir ao trabalho para acompanhar o Vila porque, onde o Vila vai eu vou atrás, porque tem que ter disciplina né, gosto muito, sou apaixonado, então onde o Vila vai eu vou (Entrevista nº 09, cedida dia 30 de março de 2008, no estádio Jonas Duarte, na cidade de Anápolis, no jogo Anápolis x Vila Nova).

A interferência atinge a sua relação pessoal no trabalho, vejamos:

Então era assim, eu chegava na firma e levava o rádio para ouvir esporte. Torcedor do outro time, do Goiás perto de mim para ouvir esporte, aí começava a falar do Goiás eu saía com ele na cabeça, tocava ele de perto de mim e falava: se você quiser escutar falar do seu Goiás você compra um rádio pra você (Entrevista nº 05, cedida dia 26 de março de 2008, no estádio Onésio Brasileiro Alvarenga, no jogo Vila Nova x Mineiros).

Na próxima entrevista o torcedor estava acompanhado de sua esposa e ele relatou a importância da equipe na sua vida:

O Vila Nova se não tiver em primeiro lugar abaixo de Deus, ele está em segundo (riso) e olha que ta mais pra primeiro viu. O Vila é importante, é um lazer, mas assim, ela (esposa) respira Vila o dia todo, dentro de casa ao invés de eu dizer meu bem eu te amo, eu grito, Vila eu te amo (...) O papel de parede que tem lá no meu computador o quê que é lá meu bem? É o tigrão² (Entrevista nº 11, cedida dia 30 de março de 2008, no estádio Jonas Duarte, na cidade de Anápolis, no jogo Anápolis x Vila Nova).

Assim, a torcida foi conquistando seu lugar, ao mesmo tempo em que promovia mudanças no comportamento daqueles que a compunham e apresentavam novos padrões, ganhando destaque nos meios de comunicação. Desta forma elas se consolidaram como um elemento constituinte do espetáculo futebolístico.

Nos momentos que antecedem as partidas de futebol estabelece-se um duelo entre as torcidas em que o torcedor não organizado também participa. É como um jogo estratégico de temas recorrentes, que para além de uma agressão gratuita é na verdade constituída a protagonização de uma trama ritual, onde o verbo é a bola da vez.

Antes das partidas, as torcidas entoam cantos e realizam uma espécie de jogo com a sua congênera rival. Percebe-se claramente o jogo simbólico das torcidas organizadas cantando e gritando, que é também respondido na forma de cantos e xingos pela torcida rival (Reis, 2006: 2).

Pudemos registrar essas manifestações dos torcedores:

Eu acho interessante, já começa aqui o clima do jogo né, a gente já começa a aquecer, pra quando o time entrar (Entrevista nº 39, cedida dia 04 de maio de 2008, no estádio Serra Dourada, no jogo Goiás x Itumbiara).

Essa teatralização ocorre também em outros ambientes onde é possível o confronto simbólico:

Se a provocação for verbal, eu aceito e revido sem problema (...) Essa semana eu tava lá no OBA³ e passou um atleticano lá de fora gritando umas besteiras, eu mandei ele tomar naquele lugar e tudo assim, é a questão verbal (Entrevista nº 11, cedida dia 30 de março de 2008, no estádio Jonas Duarte, na cidade de Anápolis, no jogo Anápolis x Vila Nova).

Embora os estudos citados até o momento não tenham sido elaborados de acordo com a especificidade local, eles podem servir para o futebol goiano, visto que toda a gama de relações que envolve a trama futebolística está presente também nesse âmbito. Considero relevante para o momento fazer um incursão sobre a tipologia do torcedor, pois, de posse dessa teoria poderemos visualizar os diferentes tipos de torcedores e avançar na discussão.

Tipologia segundo Wilhelm Heitmeyer

Nos estádios nós percebemos que existem várias formas de torcer, a paixão pelo time atinge níveis diferenciados, o próprio interesse apresentado pelos indivíduos não ocorre de forma homogênea, tanto no que se refere ao seu objetivo quanto ao seu objeto, enfim a massa de torcedores é heterogênea. Será possível então estabelecer algum critério que diferencie ou classifique os torcedores?

O sociólogo alemão Wilhelm Heitmeyer (*apud* Curi, 2006) postulou um critério de caracterização do torcedor que foi observar *qual o significado do futebol para suas vidas*. Ele

chegou a três tipos diferentes: a) *cliente orientado para o consumo*; b) *torcedor centrado no futebol* e c) *torcedor orientado para eventos*.

O tipo de torcedor como o *cliente orientado para o consumo* é aquele que não é ligado de forma fixa nem ao futebol nem a certo time, ou pelo menos essa fixação não é relevante e ele vai ao estádio assim como em qualquer outra atividade de lazer. Ele emprega o seu dinheiro em um bom produto e quer a sua satisfação realizada. Procuram os lugares mais confortáveis, querem assistir ao jogo sentados, com boa visão e serviços à mão.

Bastante diferente do torcedor anterior é o tipo de *torcedor centrado no futebol*. Ele é aquele fiel ao clube e à torcida, não se importa com a qualidade do jogo, com o resultado ou com o sucesso do seu time. Vai sempre ao estádio, onde vivencia uma relação com o seu grupo social. Assiste ao jogo em pé, cantando e dançando, geralmente nas arquibancadas, onde ele demarca o seu lócus de sociabilidade. Não troca o jogo de futebol por nada e para eles o significado do futebol em suas vidas é total, o fanatismo está presente.

No depoimento desse torcedor, percebemos as características descritas:

As vezes tinha jogo no Serra Dourada, a gente ia cedo, não fazia nem cerão, o chefe pedia pra fazer cerão, eu dizia, hoje não vou fazer não, vou para o jogo. (...) Outro dia eu bati no torcedor do Goiânia aí dentro do OBA por causa do Vila. Não podia falar, eu não aceitava mesmo, perdia o sono, noite de sono, não comia, ficava magoado quando o Vila perdia, era muito fanático (Entrevista nº 05, cedida dia 26 de março de 2008, no estádio Onésio Brasileiro Alvarenga, no jogo Vila Nova x Mineiros).

Ele vai sempre ao estádio, não se importa com o resultado, o sucesso do seu time ou com a qualidade do jogo:

É um lazer para minha cabeça mesmo, quando ele ganha e quando ele perde eu continuo torcendo, porque eu gosto do Goiás de coração (Entrevista nº 28, cedida dia 06 de abril de 2008, no estádio Abrão Manoel Costa, na cidade de Trindade, no jogo Trindade x Goiás).

Ao falar da equipe adversária, a percepção de pertencimento ao grupo aparece na entrevista:

Eu reconheço que eles tem torcida, tem estrutura, são mais rico do que *nois*, estão na *nossa* frente 20, 30 anos, mas eu não troco tudo que *a gente* vive e tem aqui pelo

Goiás (Entrevista nº 11, cedida dia 30 de março de 2008, no estádio Jonas Duarte, na cidade de Anápolis, no jogo Anápolis x Vila Nova).

O terceiro tipo encontrado por Heitmeyer (*apud* Curi, 2006), é o *torcedor orientado para eventos*. Atualmente ele pode ser visualizado facilmente nas torcidas organizadas, no hooliganismo e nos torcedores-símbolos, que embora o autor os coloque em um único tipo por se aproximarem em certos aspectos, em outros eles se distanciam. Eles sempre comparecem ao estádio, geralmente fantasiados, gostam de chamar a atenção e aparecer na mídia. O futebol não é o que mais lhes atrai para o estádio, mas sim o espetáculo com situações tensas, as quais são percebidas como prazerosas. Eles também utilizam danças, coreografias, cantos ou xingamentos nas suas manifestações.

Agora tentarei mergulhar um pouco mais profundamente, levantando possíveis fatores psicológicos que alimentam esses comportamentos. Para isso vou até a teoria sobre psicologia de grupo, descrita por Sigmund Freud.

Grupo Psicológico: nova identidade e genealogia

A psicologia individual busca identificar os caminhos pelos quais o homem, tomado separadamente, procura encontrar a satisfação para os seus impulsos instintuais. Mas a psicologia de grupo abre para um número maior de pessoas, as quais o indivíduo se acha ligado de alguma forma:

A psicologia de grupo interessa-se assim pelo indivíduo como membro de uma raça, de uma nação, de uma casta, de uma profissão, de uma instituição ou como parte componente de uma multidão de pessoas que se organizaram em grupo, numa ocasião determinada, para um intuito definido (Freud, 1996b: 82).

As reações dos indivíduos, via de regra, seguem um determinado padrão de conduta que representa o aspecto da sua personalidade responsável pela forma habitual de agir, o seu temperamento. O grupo psicológico, mesmo sendo formado por pessoas de temperamentos diferenciados, apresentou uma peculiaridade chamada *mente coletiva*. Ela produz no

indivíduo uma nova forma de sentir, pensar e agir que não coincide com a que ele possuía em condição de isolamento. Assim:

O grupo psicológico é um ser provisório, formado por elementos heterogêneos que por um momento se combinam, exatamente como as células que constituem um corpo vivo, formam, por sua reunião, um novo ser que apresenta características muito diferentes daquelas possuídas por cada uma das células isoladamente (Freud, 1996b: 84).

Percebemos essa mudança de identidade nos torcedores, nas observações e entrevistas realizadas nos estádios:

No nosso dia-a-dia, no local de trabalho eu sou uma pessoa completamente diferente, aqui dentro você vem aqui você se solta, acho que coloca até o stress do dia-a-dia pra fora, você é outra coisa (Entrevista nº 16 cedida dia 30 de março de 2008, no estádio Jonas Duarte, na cidade de Anápolis, no jogo Anápolis x Vila Nova).

Apareceu também uma possível perda de controle sobre suas próprias ações, vejamos:

Se o Vila tiver ganhando o jogo eu não dou muita moral não, agora se tiver perdido o jogo, aí vai ter volta, se xingar eu xingo de volta e eu não sei o que eu sou capaz de fazer não (Entrevista nº 16 cedida dia 30 de março de 2008, no estádio Jonas Duarte, na cidade de Anápolis, no jogo Anápolis x Vila Nova).

O *padrão de sociabilidade* construído historicamente pelos torcedores lhes confere certo grau de liberdade de expressão. Tal liberdade imprime ao ser reprimido, a sensação de estar gozando a almejada felicidade. Essa manifestação é uma característica descrita nos *festivals*, e podemos relacionar com o que vemos nos estádios de futebol.

Um festival é um excesso permitido, ou melhor, obrigatório, a ruptura solene de uma proibição. Não é que os homens cometam os excessos porque se sentem felizes em consequência de alguma injunção que receberam. O caso é que o excesso faz parte da essência do festival; o sentimento festivo é produzido pela liberdade de fazer o que via de regra é proibido (Freud, 1996a: 144).

Presenciamos esse comportamento manifesto nos torcedores, ao perguntar sobre as transformações ocorridas no seu comportamento, eles próprios descrevem que às vezes passam o limite da razão, porém, para aquele ambiente é considerado aceitável:

Com certeza, quando a gente tá participando diretamente do espetáculo, principalmente no Serra Dourada, as emoções vão à flor da pele. Com certeza aquele momento de adrenalina que você passa o limite da razão, mas fica naquele momento. Quando você vê que o negócio tá indo muito para o lado errado, eu dou uma tranqüilizada né pra conseguir conter. Mas o natural assim, no calor da partida,

faz com que a gente xingue o juiz, faça coisas que no dia-a-dia você não está acostumado a fazer, mas nada que ultrapasse o limite das quatro linhas (Entrevista nº 25 cedida dia 06 de abril de 2008, no estádio Abrão Manoel Costa, na cidade de Trindade, no jogo Trindade x Goiás).

Conforme podemos observar, o que foi feito no interior do estádio, mesmo que passe o limite da razão, está dentro do *natural*. A próxima entrevista também reforça esse discurso:

Aqui dentro meu fanatismo triplica, eu chego a chorar por causa desse time aqui dentro, a emoção aqui cresce muito. Com certeza eu faço coisas aqui, que eu não faço fora. (Entrevista nº 34, cedida dia 04 de maio de 2008, no estádio Serra Dourada, no jogo Goiás x Itumbiara).

Na constituição da genealogia, vale ressaltar três características importantes que se aplicam ao grupo psicológico. A primeira é o sentimento de poder invencível que toma conta do indivíduo, que se estivesse em condição particular, manteria sob coerção compulsória. A segunda é o contágio, que pode ser compreendido como a manifestação da sugestão, ele é colocado no grupo dos fenômenos hipnóticos, o indivíduo sacrifica seu interesse pessoal em nome do interesse do grupo. A terceira e mais importante das citadas, é o surgimento de características especiais, que geralmente são inteiramente contrárias às percebidas no indivíduo isolado. Elas podem ser representadas pelo desaparecimento da personalidade consciente e o predomínio da inconsciente. Desta forma vai se estruturando a genealogia do grupo psicológico, ou seja, os fatores que caracterizam o grupo psicológico (Freud, 1996b). A entrevista confirma:

Sei lá véi, muita coisa, gritando, torcendo, eu não grito tanto lá do lado de fora. Xingar, tem hora que a gente xinga o juiz, mas sai sem querer, aproveita pra descarregar tudo, sai quase sem querer, sai quase sem ver, não sei nem porque eu fiz isso (Entrevista nº 42, cedida dia 04 de maio de 2008, no estádio Serra Dourada, no jogo Goiás x Itumbiara).

Aqui aparece a transformação, a coragem e a valentia, vejamos:

Aqui dentro eu sou outra pessoa, muda aqui fora, com a torcida você empolga, o sangue ferve, empolga fica valente, você não tem medo de nada, coração na boca (Entrevista nº 12, cedida dia 30 de março de 2008, no estádio Jonas Duarte, na cidade de Anápolis, no jogo Anápolis x Vila Nova).

Somam-se ainda outras características ao comportamento psicológico do grupo. Ele é excessivamente emocional, inconstante, impulsivo, sugestionável, apressado nos julgamentos,

descuidado nas deliberações, apto a ser conduzido pela consciência da sua própria força, emoções rudes e sentimentos menos refinados. Ele apresenta como resultado mais importante a intensificação da emoção produzida em cada membro (Freud, 1996b). Vamos ao depoimento:

Ultimamente eu tenho ficado nervoso, xingado e sofrendo porque esse time ta ruim demais sabe, a emoção que a gente sente dentro de campo é uma coisa assim às vezes inexplicável. É uma mistura de tensão com euforia, com alegria, é uma coisa muito gostosa, é uma coisa quase inexplicável. É uma mistura de muita coisa, mas coisas positivas, principalmente quando o time ta bem, o time te passa alguma coisa, a torcida te passa alguma coisa, você partilha, é uma coisa gostosa. Prefiro ver o Vila jogar que ir pescar (Entrevista nº 11, cedida dia 30 de março de 2008, no estádio Jonas Duarte, na cidade de Anápolis, no jogo Anápolis x Vila Nova).

O entrevistado confirma a relação diretamente proporcional entre número de torcedores e a intensificação da emoção:

Todo cidadão quando está em um ambiente fechado aonde tem aplausos, gritos, acaba todo mundo mudando um pouco o comportamento, algumas pessoas se extravasam, ficam nervosos, acabam partindo para a agressão. No meu caso é a questão emocional mesmo de ver quanto maior o número de pessoas, mais emocionante se torna a partida de futebol (Entrevista nº 22, cedida dia 06 de abril de 2008, no estádio Abrão Manoel Costa, na cidade de Trindade, no jogo Trindade x Goiás).

Nesse quadro em que o indivíduo encontra-se, fica estabelecido um campo fértil para que ele receba, aceite e obedeça as sugestões emanadas do grupo, como conseqüência de uma influência magnética advinda deste, o que eleva o sujeito ao estado de fascinação, que pode ser compreendido como um encantamento ilusório.

Vemos então o desaparecimento da personalidade consciente, a predominância da personalidade inconsciente, a modificação por meio da sugestão e do contágio de sentimentos e idéias numa direção idêntica, a tendência em transformar imediatamente as idéias sugeridas em atos, estas, vemos, são as características principais do indivíduo que faz parte de um grupo. Ele não é mais ele mesmo, mas transformou-se em um autômato que deixou de ser dirigido pela sua vontade (Freud, 1996b: 87).

A essência da mente grupal e a busca pela felicidade

Mesmo considerando o indivíduo como membro componente de uma multidão, numa ocasião determinada, para um intuito definido, sendo o grupo psicológico um ser

provisório, seria necessário outras forças para a manutenção da harmonia grupal. Essa tarefa deve ser atribuída à Eros. Ele mantém tudo o que existe no mundo unido, sendo capaz de atuar como fator civilizador no sentido de ocasionar a modificação do egoísmo em altruísmo. A intolerância é amortecida, promovendo uma limitação ao narcisismo. A manutenção da união grupal só pode ser atribuída então aos laços emocionais, ou seja, os laços libidinais⁴, sendo essa a essência da mente grupal.

Enquanto uma formação de grupo persiste ou até onde ela se estende os indivíduos do grupo comportam-se como se fossem uniformes, toleram as peculiaridades de seus outros membros, igualam-se a eles e não sentem aversão por eles. Uma tal limitação do narcisismo, de acordo com nossas conceituações teóricas, só pode ser produzida por um determinado fator, um laço libidinal com outras pessoas (Freud, 1996b: 113).

Todos esses elementos coadunam com a influência magnética emanada do grupo para que ele eleja um objeto, para que tal fixação ocorra (Freud, 1996b). Vejamos:

A torcida do Vila Nova é uma família. Se eu passar pela rua e ver alguém com a camisa do Vila, enfrentando qualquer dificuldade, com um pneu furado, qualquer coisa, eu paro pra socorrer imediatamente e nesse sentido nós somos uma família (Entrevista nº 11, cedida dia 30 de março de 2008, no estádio Jonas Duarte, na cidade de Anápolis, no jogo Anápolis x Vila Nova).

Em uma situação em que esse sentimento toma maiores proporções, o indivíduo passa a ter uma necessidade de demarcar o seu pertencimento ao grupo, é quando ele imprime sobre a própria pele os símbolos do time e da respectiva torcida. A esse fato, encontramos alusão nas sociedades primitivas totêmicas⁵:

Em certas circunstâncias importantes, o integrante do clã procura ressaltar seu parentesco com o totem fazendo-se assemelhar a ele externamente, envergando a pele do animal, talhando a sua figura sobre o próprio corpo (Freud, 1996a: 113).

A criança nos seus primeiros anos de vida, segue recebendo freqüentes, múltiplas e inevitáveis sensações de sofrimento e desprazer. O *princípio do prazer* é o desejo que atua no sentido de buscar a satisfação, para isso ele trabalha para afastar e fugir do sofrimento e do desprazer vindos do mundo exterior. Ele opõe-se ao *princípio da realidade* que é caracterizado pela aceitação do adiamento da gratificação. Este consegue legitimidade com a

promessa de que o caminho de sofrimentos é o certo para a obtenção da felicidade no futuro próximo (Freud, 1997).

A não realização dos desejos e a não satisfação dos instintos, que por hora são enviados para o inconsciente, vão se acumulando e gerando uma tensão no indivíduo. Com o passar dos anos esse sentimento, vindo do inconsciente, se manifesta no consciente na forma de um sentimento de frustração ou mal-estar. A pessoa então se torna *neurótica* pelo fato de não suportar a frustração a qual a sociedade lhe submete, em nome dos seus ideais culturais (Freud, 1997).

No depoimento que segue, nos percebemos o comportamento compulsivo, a intolerância e a inibição das condutas sociais, características neuróticas:

Uma vez o Vila Nova estava jogando aqui no OBA, aí ia jogar os cronistas contra os veteranos do Vila, e o Amir Sabag andou falando mal do Vila. Mas metia a lenha e a gente não gostava que falava né, a gente podia falar, mas os outros não podiam falar. Aí o Amir Sabag estava ali, tinha trocado de roupa pra jogar, aí eu cheguei nele e falei: aí Amir você não tem vergonha na cara não, lenha tanto o Vila, fala tanto do Vila, ainda vem jogar aqui no campo do Vila? Aí ele ficou bravo e disse: cara igual você eu bato é de cueca. Eu estava com o rádio, levei o rádio pra pegar na cara dele aí o Jurandir entrou no meio e não deixou. Mas eu ia arrebentar o rádio na cara dele (Entrevista nº 05, cedida dia 26 de março de 2008, no estádio Onésio Brasileiro Alvarenga, no jogo Vila Nova x Mineiros).

Outra categoria bastante presente nos estádios e que tem respaldo no comportamento neurótico é a *ambivalência emocional*. Inicialmente ela é percebida quando a criança, após passar pelas fases *oral e anal*, ao entrar na fase *fálica*, sente o desejo instintivo de tocar a região genital. Ela recebe a proibição que vem pela via externa, partindo dos seres amados. A criança envia o desejo reprimido para o inconsciente e disso fica a ambivalência em que a criança deseja e detesta ao mesmo tempo. Ela deseja tocar, é reprimida e assim passa a detestar (Freud, 1997).

Nos estádios, os torcedores apresentam um comportamento que transita entre a calma e a agitação, o amor e o ódio com considerável fluidez. Essa pode ser uma forma de manifestação da ambivalência emocional:

Eu acho que quando você gosta do time, independe do resultado, e quando eu digo que é emoção é isso, ela vai do ódio ao amor (Entrevista nº 17, cedida dia 30 de março de 2008, no estádio Jonas Duarte, na cidade de Anápolis, no jogo Anápolis x Vila Nova).

O próximo depoimento é de uma senhora de 72 anos, ela também fala desse conflito que se mantém durante o jogo:

(...) aqui a gente relaxa, que a gente extravasa né, que a gente fica feliz, são noventa minutos de felicidade e também angústia e ansiedade (Entrevista nº 15, cedida dia 30 de março de 2008, no estádio Jonas Duarte, na cidade de Anápolis, no jogo Anápolis x Vila Nova).

O mal-estar: realidade concreta x realidade psíquica

Sobre a questão da grande saga humana na busca pela felicidade, o homem encontra a infelicidade que vem por três direções. A primeira vem do nosso corpo carnal que envelhece, a segunda pelo mundo externo com as forças destruidoras do poder superior da natureza e a terceira vem pela inadequação das regras que procuram ajustar os relacionamentos mútuos dos seres humanos em sociedade. Quanto aos dois primeiros não nos resta fazer nada, porém quanto ao terceiro fator, surge a aversão à sociedade nos paradigmas em que a encontramos hoje.

(...) é impossível desprezar até que ponto a civilização é construída sobre a renúncia ao instinto, o quanto ela pressupõe exatamente a não satisfação (pela opressão, repressão, ou algum outro meio?) de instintos poderosos. Essa “frustração cultural” domina o grande campo dos relacionamentos sociais entre os seres humanos. Como já sabemos é a causa da hostilidade contra a qual todas as civilizações têm de lutar (Freud, 1997: 52).

Isso acaba gerando uma hostilidade à civilização, e surge o propósito de fugir da realidade e procurar um mundo mais agradável, de fantasia. Essa é uma natureza associada da neurose, motivo pelo qual as pessoas dão preferência para a realidade psíquica, reagindo de forma tão séria ao irreal, como as outras pessoas reagem para com a realidade concreta (Freud, 1997).

Na entrevista o torcedor fala da seriedade e relevância dos fatos futebolísticos na sua vida, identificamos que o irreal ocupa um lugar de destaque:

É uma paixão pra mim mesmo, é muito importante, eu levo muito a sério. Acho ruim quando eu entro no ônibus e estão falando mal do Goiás, é uma paixão mesmo que não tem explicação (Entrevista n° 34, cedida dia 04 de maio de 2008, no estádio Serra Dourada, no jogo Goiás x Itumbiara).

Aqui a realidade psíquica detém o poder de interferir do plano físico, vejamos como isso ocorre:

A torcida do Vila Nove é diferente, é uma torcida que tem amor pelo seu time, pode dizer que quando o time ta ruim assim, a gente fica até doente (Entrevista n° 07, cedida dia 26 de março de 2008, no estádio Onésio Brasileiro Alvarenga, no jogo Vila Nova x Mineiros).

O indivíduo cria ou se envolve em determinadas situações para construir satisfações substitutivas, compensando as perdas frustradas causadas pelas repressões que sofre, tanto do mundo externo como internamente. As possibilidades compensatórias podem ser concretizadas pela via artística, gerando a suave narcose, mas o que são essas sensações senão pura ilusão. Desta forma as *pontas se encontram* no ponto em que o indivíduo, neurótico, busca um mundo de fantasia, no intuito de fugir da realidade (Freud, 1997).

Afirma-se, contudo, que cada um de nós se comporta, sob determinado aspecto, como um paranóico, corrige algum aspecto do mundo que lhe é insuportável pela elaboração de um desejo e introduz esse delírio na realidade. Concebe-se especial importância ao caso em que a tentativa de obter uma certeza de felicidade e uma proteção contra o sofrimento através de um remodelamento delirante da realidade é efetuada em comum por um considerável número de pessoas. (...) É desnecessário dizer que todo aquele que partilha um delírio jamais o reconhece como tal (Freud, 1997: 30).

Indústria cultural: a consolidação e o espírito ideológico

Vamos procurar compreender como os conteúdos psicológicos identificados podem ser apropriados pelo sistema capitalista com o objetivo de potencializar o consumo. Para isso utilizaremos a teoria sobre a *indústria cultural*, descrita pelos autores Theodor W. Adorno e Max Horkheimer. Esses autores compunham o Instituto de Pesquisa Social vinculado à Universidade de Frankfurt, na Alemanha, daí a designação Escola de Frankfurt.

É possível pensar em uma contextualização da *indústria cultural* somente após o advento da revolução industrial e do surgimento dos meios de comunicação de massa. Outros

fatores reforçam no sentido da sua consolidação, entre eles podemos citar o surgimento do modo de produção baseado no trabalho assalariado, formando consumidores para o sistema Capitalista. O setor I, chamado setor produtivo, operava em ritmo acelerado, pois nesse formato, a máquina é que determinava o ritmo do trabalho, enquanto que o setor II, o de consumo, não o acompanhou. Essa situação gerou uma superprodução, sendo um dos motivos para a crise da economia nos Estados Unidos, quando ocorreu o grande *crash* nas bolsas de Nova York, em 1929. Essa situação foi agravada pela recuperação da economia européia que acabava de sair da primeira guerra mundial, deixando de importar os produtos norte-americanos (Severiano, 2007).

Era imperiosa para se evitar um colapso geral, a mudança da perspectiva para equilibrar os dois lados da balança, aumentando o consumo, para isso era necessário:

(...) educar as massas na cultura do consumo, criando nelas o desejo de melhores coisas, mesmo quando elas não queriam ou não podiam mais comprar. Para tal, a necessidade de se criar mecanismos extra econômicos fez-se urgente, surgindo assim a Indústria do Desejo Abstrato: uma unidade de produção preocupada em mexer com elementos guardados no psiquismo dos indivíduos, acomodados desde a remota infância, cheia de recordações afetivamente carregadas, para, a partir disso, desencadear nos consumidores desejos inconscientes e imperiosos por rádios, televisores, automóveis, roupas, etc. (Marcondes Filho, *apud* Severiano, 2007: 71).

A *Indústria Cultural* surgiu pautada nos ideais iluministas de igualdade e liberdade. Porém essas características funcionavam como sistema ideológico pra manutenção do *status quo*. Vejamos como o autor posiciona a *ideologia* no contexto da *indústria cultural*: (...) “hoje a defesa mais requintada da indústria cultural glorifica como um fator de ordem o espírito da indústria cultural que podemos chamar, sem receio, de ideologia” (Adorno, 1986b: 97).

A *indústria cultural* coloca a ideologia como um fator de destaque nos meandros da sua funcionabilidade, a liberdade prometida é real, porém de acordo com os seus desígnios: (...) “a liberdade de escolha da ideologia, que reflete sempre a coerção econômica, revela-se em todos os setores como a liberdade de escolher o que é sempre a mesma coisa” (Adorno & Horkheimer, 1985: 156).

Perguntei ao torcedor sobre como é o lazer na sua vida, na resposta apareceu algo que se relaciona com a teoria descrita:

É o Vila, não tem outro lugar pra gente divertir também. O lazer hoje é o futebol (Entrevista nº 03 cedida dia 26 de março de 2008, no estádio Onésio Brasileiro Alvarenga, no jogo Vila Nova x Mineiros).

Esse mecanismo de aprisionamento percorre uma via bastante eficiente para assumir o controle da situação que é o transito consciente-incosciente-consciente. Isto ainda é corroborado por um sistema que funciona em uma base pragmática e que mantém o indivíduo na heteronomia, conforme identificamos na seguinte passagem:

(...) a ideologia, além de ser um processo formador de consciência e não apenas instalado nela, opera no nível do inconsciente, no sentido forte do termo: ela não apenas oculta dados da realidade, mas os *reprime*, deixando-os sempre prontos a retornar à consciência, ainda que de novo sob formas ideológicas. Nessas condições, o desenvolvimento da consciência pelo contato reflexivo com a realidade é um processo doloroso, como o é a própria civilização na concepção freudiana. Trata-se de um processo difícil de ser suportado por pessoas cuja estrutura de personalidade foi moldada para reproduzir a heteronomia e para fugir do esforço de defrontar-se com a diferença e o novo (Cohn, 1986: 17).

É importante considerar que a *indústria cultural* age de forma autorizada pelo indivíduo. “Os talentos já pertencem à indústria cultural muito antes de serem apresentados por ela: de outro modo não se integrariam tão fervorosamente” (Adorno & Horkheimer, 1985: 115). Para ilustrar esse momento, trago o filme “Boleiros, era uma vez o futebol...”, dirigido por Ugo Giorgetti em 1998. Em uma das passagens, um treinador de futebol infantil relata o seguinte:

Um dia no meio daquela mediocridade, eu olho e vejo parado lá em cima um moleque. Parado, só olhando, parece que tinha brotado ali, parado olhando. Por isso que eu não concordo muito com o velho Mario não, boleiro não se conhece no andar, boleiro se conhece nos olhos, e o garoto tinha olhar de boleiro. (...) ele sabia tudo, a bola chegava nele, tudo ficava fácil. Saquei logo que eu tinha descoberto jóia rara (Giorgetti, 1998, filme: 93min).

As ilusões: a promessa de felicidade e o fetiche

A *indústria cultural* trabalha com a promessa da realização da felicidade, porém num futuro próximo. Para isso ela coloca os produtos na conta das pessoas que procuram a satisfação.

Na era da expansão liberal, a diversão vivia da fé intacta no futuro: tudo ficaria como estava e, no entanto, se tornaria melhor. Hoje a fé é de novo espiritualizada; ela se torna tão sutil que perde de vista todo objetivo e se reduz agora ao fundo dourado projetado por trás da realidade. Ela se compõe dos valores com os quais, em perfeito paralelismo com a vida, novamente se investem, no espetáculo, o rapaz maravilhoso, o engenheiro, a jovem dinâmica, a falta de escrúpulos disfarçada de caráter, o interesse esportivo e, finalmente os automóveis e cigarros (...) (Adorno & Horkheimer, 1985: 134).

O indivíduo tem o seu desejo de satisfação domesticado, amortecido e a promessa de satisfação acaba sendo rompida, é a sublimação que não se cumpre, mas que se promete para breve. Isso cai em uma roda viva, que parece não ter fim, ela conduz o indivíduo ao mesmo ponto de partida.

A indústria cultural não cessa de lograr seus consumidores quanto àquilo que está continuamente a lhes prometer. A promissória sobre o prazer, emitida pelo enredo e pela encenação, é prorrogada indefinidamente: maldosamente, a promessa a que afinal se reduz o espetáculo significa que jamais chegaremos à coisa mesma, que o convidado deve se contentar com a leitura do cardápio. (...) Eis aí o segredo da sublimação estética: apresentar a satisfação como uma promessa rompida. A indústria cultural não sublima, mas reprime. Expondo repetidamente o objeto do desejo, o busto no suéter e o dorso nu do herói esportivo, ela apenas excita o prazer preliminar não sublimado que o hábito da renúncia a muito mutilou e reduziu ao masoquismo (Adorno & Horkheimer, 1985: 131).

Os elementos que constituem o leque de opções de consumo ofertado pela *indústria cultural*, já existiam antes mesmo do surgimento dela. Porém, ela é competente no ofício de maquiagem o produto, pegando o que antes não despertava paixões, mudando para algo que ganha a legitimidade popular, transformando assim o objeto, material ou simbólico, em um produto com potencial para o consumo das massas. A diversão está inclusa nesse bojo onde também naturalmente entra o jogo de futebol no formato de mercadoria simbólica. “A indústria cultural pode se ufanar de ter (...) despido a diversão de suas ingenuidades

inoportunas e de ter aperfeiçoado o feitio das mercadorias” (Adorno & Horkheimer, 1985:

126). Percebemos essa temática na fala do torcedor:

É importante por eu gostar de futebol, é um momento de lazer, é uma forma de entretenimento não só minha, mas de milhões e milhões de brasileiros que vê no futebol uma forma de lazer, principalmente nos finais de semana (Entrevista nº 22, cedida dia 06 de abril de 2008, no estádio Abrão Manoel Costa, na cidade de Trindade, no jogo Trindade x Goiás).

Consolidada a mercadoria, Valter Bracht (1997) observa como as instituições esportivas, vão paulatinamente assumindo contornos empresariais, visando o mercado consumidor:

Num esforço de síntese, podemos dizer que o esporte de alto rendimento ou espetáculo, aquele imediatamente transformado em mercadoria, tende, a nosso ver, a assumir (como já acontece em maior escala em outros países, como nos EUA) as características dos empreendimentos do setor produtivo ou de prestação de serviços capitalistas, ou seja, empreendimentos com fins lucrativos, com proprietários e vendedores da força de trabalho, submetidos às leis de mercado (Bracht, 1997: 14).

Entre as mídias que operam hoje, a televisão é uma das mais abrangentes e como não poderia deixar de ser, encaixa-se muito bem aos interesses da *indústria cultural*, servindo como uma reprodutora da cultura mercadorizada:

A televisão além de estimular o consumo de produtos esportivos (vestuário, equipamentos, etc.), utilizando o esporte como conteúdo ou associando-o a outros produtos, por meio do anúncio publicitário, tornou o próprio telespetáculo esportivo um produto de consumo comparável às telenovelas e aos programas de auditório (Betti, 1998: 36).

Desta forma a mídia desempenha papel importante na consolidação de todo o sistema. A beleza e a plasticidade empregada nos anúncios publicitários provocam um fascínio pela imagem do vigor atlético, cujos corpos esculturais apresentam e divulgam as marcas competentemente vendidas (Zuim, 2006).

O produto manipulado ganha uma roupagem que fascina, surge a representação e este objeto tende a ocupar um lócus de destaque no imaginário do sujeito. Nessa relação, a *indústria cultural* incita o desejo da realização do próprio prazer e o sujeito cria uma identificação com o objeto. Nesse ponto o objeto adquire vida própria, assume a sua parcela

de fetiche e torna-se o *senhor* da relação, consolidando o processo de *humanização dos fetiches* (Zuim, 2006).

Vejamos como fica essa questão na fala do torcedor:

Nossa Senhora, todo mês eu gasto muito, várias vezes eu já desviei dinheiro que era pra outra coisa, pra comprar coisas do Goiás, várias vezes mesmo (Entrevista nº 38, cedida dia 04 de maio de 2008, no estádio Serra Dourada, no jogo Goiás x Itumbiara).

Esse outro descreveu pontualmente os objetos adquiridos:

É a roupa, é a cama de dormir, é a colcha, é o quarto em si, nada vermelho entra lá também né, porque a rivalidade faz parte (...) é camisa, é um bichinho ali do Goiás, um CD, camisa verde (Entrevista nº 39, cedida dia 04 de maio de 2008, no estádio Serra Dourada, no jogo Goiás x Itumbiara).

Essa atitude pode ser entendida como produto de todo esse processo e percebemos que a compulsão ao consumo é o comportamento predominante. O indivíduo tenta *preencher seu vazio interno*, mas nunca consegue, mesmo consumindo ele parece não suprir a ânsia narcísica da própria realização (Severiano, 2007).

Considerações finais

Inicialmente o comportamento torcedor *centrado no futebol*, caracterizado por Heitmeyer (*apud* Curi, 2006), apresenta aproximações com o comportamento dos indivíduos descritos por Freud (1996b) na teoria dos grupos psicológicos, que determina a genealogia da mente grupal.

O ponto mais forte que apareceu na relação entre Freud e as entrevistas, foi a busca pela felicidade, que deve ser atingida pela intervenção do princípio do prazer, porém é amortecida pelo princípio da realidade. Pude perceber que esse ponto pode ser tomado pela *indústria cultural*, exatamente com a promessa de felicidade, porém desta vez alcançada pelo consumo compulsivo de produtos materiais, como camisas e souvenirs, ou simbólicos, o

espetáculo. Nesse contexto o torcedor *centrado no futebol*, apresenta maior fragilidade para entrar nesse sistema, pelo fato de ter um comportamento fanático e compulsivo.

Por outro lado, o indivíduo desde o seu nascimento vem passando por situações de repressão e desprazer, o que o leva a buscar a felicidade durante a sua vida. No estádio, na situação de grupo, ele encontra um ambiente favorável para ele se libertar das repressões e frustrações acumuladas.

Para encerrar, busco Adorno (1986a) que nos aponta algumas possibilidades de emancipação do indivíduo. O autor aponta a educação como a via que poderá descortinar as várias facetas que subjagam e dominam o indivíduo. Embora não seja um processo de fácil implementação, é essa possibilidade que move aqueles que acreditam na sua utopia.

Receio que através das medidas educativas, por mais abrangentes que sejam, será difícil evitar que assassinos de escrivania tornem a aparecer. Mas que existem pessoas que lá em baixo, como servos, portanto, praticam atos que se destinam a perpetuar a sua própria servidão e se despem de toda a sua dignidade humana; que continuem existindo Rogers e Kaduks, contra isso se pode fazer alguma coisa, pela educação, pelo esclarecimento (Adorno, 1986a: 45).

Creio ser possível e importante a contextualização deste tema na Educação Física Escolar, apresentando toda essa gama de relações torcedor-time-mercado. Há que se considerar as fases de desenvolvimento das crianças, realizando conforme as palavras de Adorno, o esclarecimento, a educação.

Referências

ADORNO, T. HORKHEIMER, M. 1985. Dialética do Esclarecimento: Fragmentos Filosóficos. Trad. Guido Antonio de Almeida – Rio de Janeiro: Jorge Zahar.

ADORNO, T. Educação após Auschwitz. 1986a. In: COHN, G. (org) Theodor W. Adorno: Sociologia. São Paulo: Ática: 33-45.

_____. Indústria Cultural. 1986b. In: COHN, G. (org) Theodor W. Adorno: Sociologia. São Paulo: Ática: 92-99.

BETTI, Mauro. 1998. A janela de vidro: esporte, televisão e educação física. Campinas – SP: Papirus.

BRACHT, Valter. 1997. Sociologia crítica do esporte: uma introdução. Vitória: UFES, Centro de Educação Física e Desportos.

COHN, Gabriel (org.). 1986. Theodor W. Adorno: Sociologia. São Paulo: Ática.

CURI, Martin. 2006. HEITMEYER, W., PETER, J. Torcedores adolescentes de futebol: orientações sociais, políticas, sociabilidade, violência (Resenha). In: *Revista Digital Esporte e Sociedade*. Rio de Janeiro: 1-7, Mar.2006/Jun2006. Disponível em <<http://www.esportesociedade.com/>> acesso em: 30 de janeiro de 2008. ISSN: 1809-1296

FREUD, Sigmund. 1996a. Totem e tabu e outros trabalhos. Direção geral de tradução: Jayme Salomão. Rio de Janeiro: Imago.

_____. Além do princípio de prazer, psicologia de grupo e outros trabalhos. 1996b. Direção geral de tradução: Jayme Salomão. Rio de Janeiro: Imago.

_____. O mal-estar da civilização. 1997. Tradução: José Octávio de Aguiar Abreu. Rio de Janeiro: Imago.

Giorgetti, Ugo. Boleiros, era uma vez o futebol... 1998. Brasil: SP Filmes, 35mm (93min).

LÜDKE, Menga e ANDRÉ, Marli E. D. A. 1986. Pesquisa em educação: abordagens qualitativas. São Paulo: EPU.

MINAYO, Maria Cecília Souza (org.). 1994. Pesquisa social: teoria, método e criatividade. Petrópolis – RJ: Vozes.

PIMENTA, Carlos Alberto Máximo. 1997. Torcidas organizadas de futebol, violência e auto-afirmação: aspectos da construção das novas relações sociais. Taubaté: Vogal.

SEVERIANO, Maria de Fátima Vieira. 2007. Narcisismo e publicidade: uma análise piscossocial dos ideais do consumo na contemporaneidade. 2ª ed. São Paulo: Annablume.

STIGGER, Marco Paulo. Educação física, esporte e diversidade. 2005. Campinas – SP: Autores Associados.

REIS, Heloisa Helena Baldy. Futebol e violência. Campinas, SP: Armazém do Ipê (Autores Associados), 2006.

TOLEDO, Luiz Henrique. Torcidas organizadas de futebol. Campinas: Autores Associados, 1996.

ZUIN, Antônio Álvaro Soares. A vingança do fetiche: reflexões sobre indústria cultural, educação pela dureza e vício. Educ. Soc. Campinas, vol. 27, n. 94, p. 71-90, jan./abr. 2006.

Notas

¹ Luiz Henrique de Toledo (1996: 118) se baseia em Bourdieu para buscar o conceito de estilo de vida: “o gosto à apropriação material e simbólica de uma determinada categoria de objetos ou práticas classificadas ou classificadoras, é a fórmula generativa que está no princípio do estilo da vida”.

² Os símbolos que representam os times, geralmente seguem três categorias distintas: animais, cômicos ou personagens de gibi e entidades fantásticas ou entidades. Eles devem possuir atributos que escapem à condição humana tais como a destreza, força, rapidez, selvageria, astúcia, ferocidade, entre outras (Toledo, 1996). No nosso recorte temos o tigre que representa o Vila Nova Futebol Clube e o periquito que representa o Goiás Esporte Clube.

³ OBA – Estádio do Vila Nova Futebol Clube: Onésio Brasileiro Alvarenga.

⁴ Libido é expressão extraída da teoria das emoções. Damos esse nome à energia, considerada como uma magnitude quantitativa (embora não seja presentemente mensurável), daqueles instintos que tem a ver com tudo o que poder ser abrangido sob a palavra ‘amor’. O núcleo que queremos significar por amor consiste naturalmente (e é isso que comumente é chamado de amor e que os poetas cantam) no amor sexual, com a união sexual como objetivo. Mas não isolamos disso – que, em qualquer caso, tem sua parte no nome ‘amor’ – por um lado, o amor próprio, e, por outro, o amor pelos pais e pelos filhos, a amizade e o amor pela humanidade em geral, bem como a devoção a objetos concretos e a idéias abstratas (Freud, 1996b: 101).

⁵ Sistema Totêmico - Sociedade primitiva que se estrutura a partir de uma relação diferenciada com o totem. Totem via de regra é um animal (comível e inofensivo, ou perigoso e temido) e mais raramente um vegetal ou um fenômeno natural (como a chuva ou a água), que mantém relação peculiar com todo o clã. Em primeiro lugar, o totem é o antepassado comum do clã; ao mesmo tempo é o seu espírito guardião e auxiliar, que lhe envia oráculos, e embora perigoso para os outros, reconhece e poupa os seus próprios filhos (Freud, 1996b: 22). O totemismo é um sistema que ocupa o lugar da religião entre certos povos primitivos da Austrália, da América e da África e provê a base da sua organização social (*Idem*: 109).

Luciano de Castro Tomazett

Licenciado pela Universidade Estadual de Goiás – ESEFFEGO. Participo do Grupo de Estudos e Pesquisas em Educação, Cultura e Cidades (GEPECC), credenciado no CNPQ e coordenado pelo Prof. Ms. Marcus Jary Nascimento. Ocupo a cadeira de direção de Comunicação da Secretária Estadual do CBCE-GO. Participo do grupo de pesquisa Extensa-forma, coordenado pelo Prof. Ms. Sérgio de Almeida Moura. Autor do vídeo: Torcidas organizadas de futebol: ritos, símbolos e estilos de vida na cidade de Goiânia, e da comunicação oral: O futebol profissional e a cidade de Goiânia: análise das articulações entre o desenvolvimento urbano e as torcidas organizadas. Ambos desenvolvidos pelo GEPECC e apresentados no XV CONBRACE.

e-mail: lucianotomazett@yahoo.com.br

Endereço: Rua Safira, quadra 08, lote 06, Jardim Diamantina, Goiânia, Goiás.
Cep. 74.573-300