



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ  
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM SOCIOLOGIA

MARCELO DA SILVA RIBEIRO

CONVIVIALIDADE CLUBÍSTICA DIGITAL: UM ESTUDO ETNOGRÁFICO  
SOBRE O GRUPO DO FACEBOOK CEARÁ SPORTING CLUB

Fortaleza  
2017

MARCELO DA SILVA RIBEIRO

CONVIVIALIDADE CLUBÍSTICA DIGITAL: UM ESTUDO ETNOGRÁFICO SOBRE O  
GRUPO DO FACEBOOK CEARÁ SPORTING CLUB

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial para obtenção do Título de Mestre em Sociologia.

Orientadora: Prof. Dra. Glória Maria dos Santos Diógenes.

Fortaleza  
2017

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação  
Universidade Federal do Ceará  
Biblioteca Universitária

Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

---

- R37c Ribeiro, Marcelo da Silva.  
Convivialidade Clubística Digital : Um Estudo Etnográfico sobre o grupo do Facebook Ceará Sporting Club / Marcelo da Silva Ribeiro. – 2017.  
139 f. : il. color.
- Dissertação (mestrado) – Universidade Federal do Ceará, Centro de Humanidades, Programa de Pós-Graduação em Sociologia, Fortaleza, 2017.  
Orientação: Profa. Dra. Glória Maria dos Santos Diógenes.
1. Redes Sociais da Internet. 2. Engajamento clubístico. 3. Convivialidade clubística digital. I. Título.  
CDD 301
-

MARCELO DA SILVA RIBEIRO

CONVIVIALIDADE CLUBÍSTICA DIGITAL: UM ESTUDO ETNOGRÁFICO SOBRE O  
GRUPO DO FACEBOOK CEARÁ SPORTING CLUB

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-  
Graduação em Sociologia da Universidade  
Federal do Ceará, como requisito parcial para  
obtenção do Título de Mestre em Sociologia

Aprovada em: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

BANCA EXAMINADORA

---

Profa. Dra. Glória Maria dos Santos Diógenes (Orientadora)  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

---

Prof. Dr. Antônio George Lopes Paulino  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

---

Prof. Dr. Radamés de Mesquita Rogério  
Universidade Estadual do Piauí (UESPI)

À Maria Ivonila da Silva Ferreira (in  
memoriam), minha querida tia Ivonila, que a luz  
e o amor que sempre carregou estejam contigo.

## AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar, quero agradecer à Maria Dorismar da Silva, mulher, mãe, nordestina e sertaneja, que mesmo não tendo tido o privilégio de uma educação escolar de qualidade, sempre se esforçou para que eu pudesse tê-la. Obrigado, mãe. Te amo!

Sou imensamente grato a José Nacélio Ribeiro, meu pai, pelos ensinamentos, broncas, sua dedicação a nossa família e seus pequenos gestos de afeto.

Agradeço a minha avó, Angelita Alves da Silva pelo amor, carinho, zelo e preocupação para comigo. Agradeço, porque em tempos onde o ódio se dissemina com voracidade, foi essa senhora de quase 80 anos de idade que me ensinou com seus gestos que o amor é a principal arma de enfrentamento daqueles que se recusam a odiar.

Sou extremamente grato à Camilla Alves Barros, minha esposa, amiga de todas as horas, companheira das batalhas cotidianas, minha amada, que me apoiou, aconselhou, segurou a barra quando me faltaram forças, e que luta ao meu lado por dias melhores. Obrigado, “Nega Linda”.

Grato à Mariana da Silva Ribeiro, minha irmã, que com seu jeito meigo e carinho me faz acreditar que tudo pode ser mais leve.

Minha profunda gratidão a minha orientadora, Professora Dra. Glória Diógenes, pela sua dedicação e compromisso com a vida acadêmica. Agradeço sua prestimosidade aguçada, ao seu olhar rigoroso, a sua sensibilidade intelectual, elementos que a tornam umas das pessoas mais geniais que já conheci. Obrigado pelas orientações inestimáveis que recebi.

Meu sincero muito obrigado aos professores Antônio George Lopes Paulino e Radamés de Mesquita Rogério, primeiro pela disponibilidade em aceitar o convite para compor a banca de defesa, pela leitura atenta e arguição criteriosa desta dissertação.

Agradeço aos meus amigos e amigas da turma de mestrado da turma de 2015.1, especialmente aqueles com quem tive mais proximidade: Leonardo, Jonas, Harlon, Igor, Pedro Vicente, Pablo, Mozart e Ivan. Obrigado a todos vocês pelas conversas, pelos debates dentro e fora de sala de aula; muito obrigado pelas vezes que me ouviram e compartilharam comigo sobre anseios e angústias que cercam as dificuldades de ser estudante de pós-graduação em Sociologia no Brasil atual. Vai dar certo, galera!

Meus agradecimentos ao professor Irapuan Peixoto pelas contribuições valorosas durante a banca de qualificação desta dissertação.

Minha gratidão a Eroneide Braz por seu carinho para comigo, sua atenção aos prazos e compromissos aos quais eu estava comprometido. Obrigado, querida Neide.

Meu profundo agradecimento à Naísa Barros por seu carinho e palavras de incentivo, por sua preocupação com minha trajetória acadêmica durante o mestrado e por sua generosidade sem tamanho. Obrigado, Tia Lôra.

Obrigado à Liduina, pela força na formatação desse texto.

Agradeço ao LAJUS, por ter contribuído com minha formação acadêmica, e a todos os lajusianos pela parceria e companheirismo de todas as horas. Valeu, galera.

Meu agradecimento todo especial e sincero aos seres humanos excepcionais que a vida de bom grado colocou em meu caminho, e que se mantiveram sempre por perto durante esses anos de mestrado, ajudando seja com piadas sem graça, brincadeiras sem a mínima noção, compartilhando reflexões sobre a vida, ou pelas prazerosas companhias nos momentos ébrios da vida. Obrigado aos meus amigos Daniel Caledônio, Júnior “Tupi” de Lima, Victor Fontenele, Fran Yan, Alberto Barros, José Carlos Emídio, Manoel Neto, Leonardo Anderson, Franklin Augusto, Tiago Moreno, Tiago “Maca” Sabóia, Thiago “Fena” Braga, Júlio “Doido” Segundo, João Pedro “Dig Jhow”, Guilherme Montenegro, Joannes Paulus, Joaquim “Kinzin” Sobreira, Marcos Silva e Benjamim “Beterraba”.

Agradeço profundamente a Caio Rabelo, Manoel Moreira Neto, Joseni Nunes, Pedro Lucas, Yuri Capibaribe, Joaquim Sobreira, Joaquim Mota, Isaac Guerreiro e Fran Yan, meus principais interlocutores, que contribuíram de forma imensurável com essa pesquisa. Obrigado também a todos os membros do CSC.

Quero agradecer ao CNPq que me concedeu uma bolsa de estudos e assim garantiu o financiamento dessa pesquisa, dando todas as condições para que ela pudesse ser realizada.

Para encerrar, quero agradecer a todos os torcedores de futebol do mundo, sejam comuns, organizados, barra-bravas, hooligans, os “pé-de-rádio” etc., é nossa paixão que preenche de sentido e magia esse esporte.

“Em que o futebol se parece com Deus? Na devoção que desperta em muitos crentes e na desconfiança que desperta em muito intelectuais” (Eduardo Galeano. Futebol ao sol e à sombra, 2014.)

## RESUMO

O uso das redes sociais da internet por torcedores de futebol imprime novas dinâmicas e cenários para a prática do torcer. Esta dissertação é o resultado de uma pesquisa qualitativa e de caráter etnográfico, empreendida entre meados de 2015 e o início de 2017, sobre o cotidiano de um grupo de discussão online de torcedores da agremiação futebolística cearense do Ceará Sporting Club. Esse grupo se localiza na rede sociotécnica da internet chamada Facebook, e seu nome é homônimo ao clube de futebol ao qual seus participantes são ligados: Ceará Sporting Club (CSC). Mediante um trabalho de campo efetuado em um interstício do ciberespaço e alicerçado, fundamentalmente, no cruzamento de uma observação participante contínua e entrevistas com interlocutores chaves, este estudo procura compreender por meio de uma descrição etnográfica, como os torcedores participantes do CSC operacionalizam suas maneiras de torcer ao experienciarem sua condição torcedora nessa ambientação digital? Tributária da antropologia social e sociologia do cotidiano, essa investigação estabeleceu diálogos teóricos com autores como Deleuze e Guattari, Bruno Latour e Michel de Certeau, os quais forneceram poderosas ferramentas analíticas para melhor compreender a dinâmica do campo empírico da pesquisa. As interações torcedoras vivenciadas pelos participantes do CSC estão inseridas em uma convivialidade clubística digital gestada naquele território do torcer, espaço digital da prática torcedora que é atravessado por estratégias organizativas, pensadas particularmente pela moderação do grupo, e por táticas nômades que garantem o dinamismo interativo entre os participantes e os conteúdos publicados no CSC. Em ambos os casos, tanto essas táticas como as estratégias são resultado de uma associação entre as entidades técnicas (atores não-humanos) da plataforma do Facebook e os torcedores participantes do CSC (atores humanos). Nesse espaço online do torcer, o engajamento clubístico apresenta-se algo praticado cotidianamente pelos membros ativos do CSC, e um dos meios pelos quais esse engajamento é mais evidenciado é pela busca por informações privilegiadas sobre o dia a dia da agremiação futebolística pela qual os participantes nutrem sua paixão clubística.

Palavras-chave: Torcedores. Redes sociais da internet. Convivialidade clubística digital. Engajamento clubístico.

## ABSTRACT

The use of social networks on the internet by football fans gives new dynamics and scenarios to the supporting practice. This dissertation results of a qualitative and ethnographic research, fulfilled between mid 2015 to the early 2017, about the daily of an online group's fans linked to the association of the soccer team called "Ceará Sporting Club". This group is located on the internet sociotechnical network called "Facebook" and his name is the same as the soccer club that to which its participants are fans, the Ceará Sporting Club (CSC) group. Through a field research made in a interstice of cyberspace and grounded, fundamentally, in the cross of a continuous participate observation and interviews with key interlocutors, this study seek to comprehend by a ethnographic description, how the fans operationalize their ways of supporting to experiencing their fan condition in that digital setting? Tributary of a social anthropology and daily life sociology, this investigation established theorists dialogues with authors as Deleuze and Guattari, Bruno Latour and Michel de Certeau, which provided powerful analytic tools to better understand the empirical field's dynamic of research. The interactions experienced by the CSC's participants are inserted in an digital club conviviality gestated in that supporting territory, online space to the supporting practice that is crossed by organizational strategies thought particularly by the group's moderation and by nomadic tactics which guarantee the interactive dynamism between the members and the published contents in CSC. In both cases, these tactics and strategies are results of an association between technical entities (non-humans actors) from the Facebook's platform and the CSC's participants (human actors). In this online space of supporting, the club engagement presents itself something practiced daily by active members of CSC, and one of the means that engagement is more evidenced is by the quest of privileged information about the day-by-day of the football association for whom the participants feed their club passion.

Key-words: Fans. Internet's social networks. Digital club conviviality. Club engagement.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 –	Uma das primeiras interfaces do Facebook .....	48
Figura 2 –	Parte da página inicial do grupo no início da pesquisa.....	56
Figura 3 –	Imagem retirada do grupo CSC .....	64
Figura 4 –	Faixa em protesto a contratação do jogador Wesley .....	72
Figura 5 –	Print screen de comentário de um moderador.....	77
Figura 6 –	Realização de uma enquete .....	78
Figura 7 –	Enquete realizada por um membro não integrante da moderação.....	79
Figura 8 –	Postagem referente ao dia de jogo.....	87
Figura 9 –	Meme criado por um membro do grupo.....	98
Figura 10 –	Print screen do perfil Cenas Lamentáveis no Instragram .....	98
Figura 11 –	Tópico dos fakes .....	99
Figura 12 –	Print scree de uma conversa entre torcedores do Fortaleza no Facebook.....	102
Figura 13 –	Print scree de fan page de torcedores do Fortaleza.....	102
Figura 14 –	Print screen de conversa do WhatsApp.....	104
Figura 15 –	Print screen de perfil de torcedores do Fortaleza no Twitter.....	104
Figura 16 –	Gráfico com valores pagos por emissoras de TV aos clubes da série A do brasileirão 2017.....	107
Figura 17 –	Compartilhamento de matéria produzida por um dos maiores portais jornalísticos do Estado, pertencente ao maior grupo de comunicação local .....	114
Figura 18 –	Membro comenta sobre a especulação da contratação de um diretor de futebol.....	117

## LISTA DE TABELAS

Tabela 01 – Grupos de torcedores do Ceará Sporting Club presentes no Facebook em 2016.....	59
--	----

## SUMÁRIO

	PRÊAMBULO .....	13
1	INTRODUÇÃO .....	20
1.1	Exame tático: escolhas e procedimentos metodológicos .....	27
1.1.1	Jogando em casa: o familiar, o distanciamento e a reflexividade .....	33
1.2	Notas sobre o fazer etnográfico no ciberespaço .....	34
2.	ENTRE AS QUATRO LINHAS DA PESQUISA: O ESPETÁCULO FUTEBOLÍSTICO E O FACEBOOK .....	38
2.1	Torcedores e o futebol: olhares acadêmicos .....	38
2.2	O Jogo, o esporte e o torcedor: engajamentos e identificações .....	41
2.2.1	Competições: o lado litúrgico do futebol .....	44
2.3	O Facebook .....	47
2.3.1	Funcionalidades do Facebook: feeds, curtidas, grupos e círculos de interesse...	49
2.3.2	A “bolha” do Facebook: os algoritmos e os multipertencimentos .....	51
3	CONVIVIALIDADE CLUBÍSTICA ONLINE: O GRUPO CEARÁ SPORTING CLUB DO FACEBOOK .....	55
3.1	Um território do torcer: a convivialidade clubista e suas divergências .....	65
3.1.1	O caso do jogador Wesley .....	71
3.2	A Moderação: controle, organização e vigilância .....	76
3.2.1	Tornando-se um moderador: critérios e funções .....	80
3.2.2	Estratégias de organização: padronização, seletividade e ordenamento .....	84
3.3	“Fakes Atacar! ”: o local da rivalidade .....	90
4	EM BUSCA DA INFORMAÇÃO: O ENGAJAMENTO CLUBÍSTICO ONLINE.....	106
4.1	A Ética do Compartilhamento: astúcias táticas, fronteiras e fluxos informativos .....	110
4.1.1	Fontes e credibilidade: reconhecimento e participação .....	116
4.2	Estar ativo no CSC: entre permanências e afastamentos .....	118
4.2.1	Quando cansa: saturação e inatividade .....	121
5	O DERRADEIRO APITO: CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	124
	REFERÊNCIAS .....	130



## PRÊAMBULO

No dia 14 de junho de 2014, um dia após a final da Copa do Mundo FIFA de futebol masculino<sup>1</sup>, sediada no Brasil, destacados veículos de comunicação publicaram matérias em suas páginas da internet sobre o uso massivo, durante o evento, das afamadas “redes sociais”. O site da revista eletrônica EXAME.COM, por exemplo, trouxe como uma de suas principais manchetes a seguinte assertiva: “Copa do Mundo 2014 foi a Copa das redes sociais”<sup>2</sup>; o portal de notícias UOL Esportes também lançou, por meio de seus portais eletrônicos na internet, uma matéria sobre a influência das redes sociotécnicas (SEGATA,2014)<sup>3</sup> da internet na competição: “Copa do Mundo de 2014 bate recordes históricos nas redes sociais”<sup>4</sup>.

De certo modo, essas peças jornalísticas evocam uma “representação” Chartier (1990), no caso jornalístico, sobre o presente momento e contexto histórico no qual boa parte da sociedade brasileira encontra-se inserida, que é precisamente o da avassaladora disseminação do uso das chamadas redes sociais da internet para fins de interações sociais. Partindo do entendimento que “representações”, como promulgou o historiador francês Roger Chartier (1990, p.17), são “esquemas intelectuais que criam as figuras graças às quais o presente pode adquirir sentido, o outro torna-se inteligível e o espaço decifrado”, acredito que tais matérias para além de remeterem ao tempo histórico em questão, também evidenciam um contexto relacional no qual estão envolvidos uma parte dos atores que integram o campo esportivo do futebol profissional - neste caso específico os expectadores - e as redes sociais da internet.

Em meados da década de 90, o acesso particular à internet, o acelerado desenvolvimento de dispositivos eletrônicos como computadores, celulares, de softwares mais avançados e com interfaces mais interativas, e o surgimento de outras tecnologias digitais de informação e comunicação (TDIC’s), foram eventos que, além de estarem amalgamados com

---

<sup>1</sup> Competição de futebol masculino profissional organizada pela FIFA (Fédération Internationale de Football Association), instituição máxima responsável pelo esporte e detentora dos direitos comerciais do torneio. Esse evento ocorre a cada quatro anos e envolve seleções que representam vários países do mundo. Essa competição possui o status de ser a mais importante do futebol mundial.

<sup>2</sup> “Copa do Mundo de 2014 bate recordes históricos nas redes sociais”. EXAME.com. Disponível em:<<http://exame.abril.com.br/tecnologia/noticias/copa-do-mundo-2014-foi-a-copa-das-redes-sociais>>. Acesso em 20/09/2014.

<sup>3</sup> Segundo Jean Segata (2014) o termo “sociotécnico” faz alusão a duas características que coexistiam dentro das redes sociais da internet; o “sócio” que faz menção aos atores-humanos envolvidos nas interações e suas práticas, e as entidades “técnicas” como as plataformas eletrônicas, a internet, os computadores etc. “O sociotécnico seria então um rótulo dessa síntese que entendia o sócio como conjunto humano e o técnico como o conjunto das demais coisas, não humanas” (SEGATA, 2014, p.81).

<sup>4</sup> “Copa do Mundo de 2014 bate recordes históricos nas redes sociais”. Uol notícias. Disponível em: <<http://copadomundo.uol.com.br/noticias/redacao/2014/07/15/copa-do-mundo-de-2014-bate-recordes-historicos-nas-redes-sociais.htm>>. Acesso em 20/09/2015.

as lógicas capitalistas de produção e desenvolvimento voltadas para mercados consumidores, proporcionaram um crescimento exponencial no número de usuários dessas tecnológicas, marcando profundamente o final do século XX, bem como as primeiras décadas do século XXI. Essa conjuntura de aumento da comunicação, mediada por computador, (CMC) proporcionou uma emersão de novos contextos de relações sociais nas mais diversas esferas da vida cotidiano de indivíduos, grupos sociais e instituições. É a partir desse cenário que surge a “web relacional” (GENSOLLEN, 2010) ou web 2.0, que foi o nome encontrado por especialistas para definir uma internet metamorfoseada que ocorreu nos modelos de interações com os demais usuários e com as informações presentes na “rede” no início do seu uso civil. Diferente da precursora web 1.0, onde o usuário seguia “navegando” em meio aos conteúdos produzidos de formas unilaterais, com a web 2.0 o próprio usuário produz o conteúdo e se relaciona com os demais usuários também produtores de conteúdo, seja por fotos, textos, vídeos etc. É nesse interstício temporal que surgem as chamadas “sociabilidades virtuais” ou “sociabilidades em rede”, como bem definiu o antropólogo Jonatas Dornelles (2003)<sup>5</sup>.

O pujante crescimento de diferentes dinâmicas interativas e formas de sociabilidades virtuais variadas que emergiam das relações sociais circunscritas em interstícios do ciberespaço<sup>6</sup> (LÉVY,1999; LEMOS, 2002) despertou rapidamente a atenção de pesquisadores das mais diferentes searas. Sociólogos, psicólogos, comunicólogos, antropólogos e filósofos, cada qual com suas ferramentas conceituais e metodológicas específicas, tentaram cintilar esse fenômeno social tão contemporâneo. Em meio a essas produções iniciais, era possível identificar divergências em seus posicionamentos e argumentações; para utilizar a dicotomia apregoada pelo escritor italiano Umberto Eco (2006), os “integrados” – ou como a literatura especializada denominou por “apologéticos” - e os “apocalípticos”.

---

<sup>5</sup> Na dissertação “Planeta Terra, Cidade Porto Alegre: uma etnografia entre internautas” (DORNELLES,2003), o antropólogo Jonatas Dornelles realizou uma pesquisa etnográfica, entre 2001 a 2003, sobre as novas formas de “sociabilidade em rede” experimentadas pelos moradores da cidade de Porto Alegre –RS, tendo como campo empírico tanto a própria cidade como as salas de bate-papo virtual (chat) do provedor Terra, especificamente no chat intitulado “Porto Alegre”.

<sup>6</sup> O termo de ciberespaço (cyberspace) foi cunhado pelo escritor de ficção científica Wilian Gibson, e apareceu pela primeira vez em seu livro de romance Neuromance editado pela primeira vez em 1984. Para Gibson, o ciberespaço era um espaço imaterial, uma nuvem onde circulavam dados, um lugar de interações fluídas. Menos literário e abstrato, Pierre Lévy (1999, p.22) define o ciberespaço como sendo “o espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores”.

Os apologéticos viam no desenvolvimento da chamada “cibercultura”<sup>7</sup> (LÉVY,1999; LEMOS 2002) uma potencialidade criativa, uma chance de se realizar a unificação de diferentes culturas, povos e visões de mundo de forma desterritorializada, sem exclusões, democrático e livre. Entre os representantes, o filósofo francês Pierre Lévy (1996, 1998, 1999) desponta como o mais eminente nesse campo. Para esse filósofo, o ciberespaço poderia abrigar uma cultura de compartilhamento, de produção e armazenamento de conhecimento, fazendo surgir uma espécie de “inteligência coletiva” (LÉVY, 1998), tendo em vista que este ambiente reuniria um verdadeiro cosmos de informações dos mais diversos tipos e ordens que inauguraria assim um de novo patamar evolutivo da humanidade.

Como contraponto, os apocalípticos, como os intelectuais Jean Baudrillard (2003) e Paul Virilio (2000), acreditavam que esse “fenômeno informacional”, proporcionado pelo “boom” da internet na contemporaneidade, sepultaria a privacidade das pessoas, degeneraria valores sociais, desagregaria as relações sociais, acabaria com laços comunitários e fortaleceria tanto o individualismo como o vazio ético nas sociedades.

Como o passar do tempo e com o aumento ostensivo da presença da “vida virtual” no dia a dia de diferentes sociedades, essa polarização perdeu espaço na agenda dos debates e produções acadêmicas sobre a influência do ciberespaço na vida cotidiana dos indivíduos que o integram. Esses debates entre visões otimistas versus pessimistas, bem como discussões sobre a materialidade das relações humanas no contexto da web, que muitas vezes eram relegadas ao reducionismo de serem apenas uma mera encenação virtualizada dos indivíduos partícipes, foram dando lugar a campos de estudos mais voltados para o caráter empírico das relações humanas nas frestas do ciberespaço.

Rapidamente, nas áreas da sociologia, antropologia e comunicação, constitui-se uma numerosa literatura que lançava olhares sobre as dinâmicas cotidianas presentes em “comunidades virtuais”, salas de bate-papo, fóruns de discussão etc. Parte dessas produções estabeleciam links entre estudos de interações sociais online com questões consagradas para a seara das Ciências Sociais; como os temas dos movimentos sociais, problematizações sobre o mundo do trabalho, questões sobre identidades culturais, de gênero e étnicas etc.

---

<sup>7</sup> Muitos autores, especialistas em estudos “no” e “do” ciberespaço, como sinaliza Rifiotis (2012) e Segata (2014), consideram o termo “cibercultura” um tanto quanto apriorístico e controverso. No entanto, compartilho da concepção abrangente de André Lemos (2003, 11-12), que defende que mesmo permeada por múltiplos sentidos, “[...] podemos compreender a Cibercultura como a forma sócio-cultural que emerge da relação simbiótica entre a sociedade, a cultura e as novas tecnologias de base micro-eletrônica que surgiram com a convergência das telecomunicações com a informática na década de 70 [...] uma relação que se estabelece pela emergência de novas formas sociais [...]. A cibercultura é a cultura contemporânea marcada pelas tecnologias digitais”.

Cada vez mais as experiências vivenciadas no mundo online estavam sendo compreendidas como uma “contiguidade eletrônica” (APPADURAI,1996, p. 45) das relações face a face, continuidade marcada pela transitoriedade de fluxo entre experiências no mundo off-line e vividas no universo online; tal entendimento permite pensar o espaço social engendrado pelas interações dentro do ciberespaço como mais uma das dimensão das chamadas “sociedades complexas”, caracterizadas pelo antropólogo Gilberto Velho (2003, p.39) por uma “presença da interação entre setores sociais diferenciados e com uma constante mobilidade material e simbólica”.

O campo futebolístico<sup>8</sup> não ficou alheio a esse novo paradigma nomeado por muitos autores como “sociedade da informação” (CASTELLS, 2002), pelo contrário, os fenômenos esportivos de uma forma geral, notadamente, reforçaram sua imbricação com a realidade social na qual se encontram inseridos, algo alertado por intelectuais como os sociólogos Norbert Elias e Eric Duning (1992) e o antropólogo Roberto DaMatta (1992)<sup>9</sup>. O último autor mencionado afirma que “o esporte faz parte da sociedade, tanto quanto a sociedade também faz parte do esporte (1992, p.23) ”.

Foi ainda na década de 90 que ocorreram as primeiras experiências entre um dos “símbolos identitários da cultura brasileira” (DAMATTA1985), o futebol, e a Rede Mundial de Computadores (Internacional-Networking ou apenas Internet). Nessa década surgiram os primeiros sites de clubes brasileiros, os primeiros portais de notícias esportivas etc. Ao decorrer dos anos, os softwares mais avançados e interfaces mais interativas permitiram que as páginas passassem a oferecer novos recursos interativos; links com informações jornalísticas atualizadas, pesquisas sobre a história do clube, salas de bate-papo e fóruns de discussão entre torcedores, novas ferramentas que acentuaram de forma significativa o contato interativo de torcedores com seus respectivos clubes e com outros torcedores.

---

<sup>8</sup> Ao fazer uso do termo “campo futebolístico”, me remeto ao conceito de “campo” presente e fundamental para teoria práxis bordiesiana. Acredito que esse desporto é também atravessado por disputas simbólicas que legitimam e reforçam lógicas e estruturas de dominação. Entretanto, não tenho a pretensão de me prolongar no esteio dessa discussão e nem pretendo arvorar-me nas discussões sobre as possibilidades de tal teoria para minha pesquisa; outros autores já elaboraram excelentes trabalhos sobre futebol e torcedores utilizando-se como aporte teórico partes da abrangente perspectiva bourdieusiana (Cf. VASCONCELOS,2012; GADELHA,2012; DAMO,2014).

<sup>9</sup> A partir de perspectivas diferentes tanto Elias e Dunning quanto DaMatta analisaram o fenômeno esportivo do futebol. Os sociológicos à luz da teoria elisiana do “processo civilizador” e o antropólogo brasileiro à luz da metáfora do “drama”. Mais adiante, em um tópico específico, irei me ater aos autores com mais atenção.

Nos anos 2000, a febre dos comunicadores instantâneos, como IQC e MSN<sup>10</sup>, dos sites que disponibilizavam salas de bate-papo, efervescência dos blogs e photologs e websites de relacionamentos como o Orkut<sup>11</sup>, atravessou boa parte dos internautas brasileiros, inclusive, entre aqueles que eram aficionados por clubes de futebol. As “comunidades virtuais”<sup>12</sup> de torcedores de futebol foram progressivamente emergindo frente a este cenário de expansão ao acesso à internet. Não demorou muito para categorias como “cibertorcedor”, “arquibancadas virtuais” e “torcidas virtuais”(ROCCO, 2006)<sup>13</sup> começassem a ser citadas em trabalhos acadêmicos, principalmente oriundos da área da comunicação voltada para o marketing e a publicidade.

Nessa segunda década dos anos 2000, muita coisa mudou, tanto no campo das relações sociais online como no campo do futebol profissional. A “vida conectada” tornou-se simplesmente indispensável para vários setores do ocidente, ocorreu a eclosão da “Internet das Coisas” (ASTON, 1999)<sup>14</sup>, surgiram novos dispositivos tecnológicos como os smartphones, novas formas e velocidades de acesso à internet como as redes wireless e o uso de dados móveis (3g e 4g), novos aplicativos de conversação para celulares etc.

No campo esportivo do futebol: novas regras, novas instituições, leis, lógicas de mercado, valores e tempos de contratos, pacotes de pay per view de jogos oferecidos por canais de TV por assinatura, programas de “sócio torcedor” etc., tudo isso imprimiu e continua a imprimir novos arranjos para prática esportiva, da mesma forma que afeta continuamente as diferentes formas de torcedor.

---

<sup>10</sup> Plataformas de comunicação instantânea populares no final da década de 90 e por todos os anos 2000. Os usuários tinham perfis com nicknames e se registravam com o endereço de e-mail, e podiam conversar com qualquer pessoa que também usasse a ferramenta em tempo real.

<sup>11</sup> O website de relacionamento criado pelo engenheiro turco Orkut Buyukkokten, que se tornou muito popular no mundo inteiro em meados dos anos 2000 até o início da segunda década do século XXI. Foi um dos primeiros e mais populares sites a se enquadrarem na categoria de “rede social da internet”.

<sup>12</sup> Um dos primeiros a fazer uma referência ao do termo, Rheingold (1996, p.20) define as “comunidades virtuais” como sendo agregados sociais que surgem na “rede” e se mantém por um tempo suficiente para construírem laços sociais: “Las comunidades virtuales son agregados sociales que surgen de la Red cuando una cantidad suficiente de gente lleva a cabo estas discusiones públicas durante un tiempo suficiente, com suficientes sentimientos humanos como para formar redes de relaciones personales en el espacio cibernético”.

<sup>13</sup> Da área da comunicação, Ary Rocco Jr (2006) é autor da tese “O Gol por um clique: uma incursão ao universo da cultura do torcedor de futebol no ciberespaço”, aborda o crescimento da interação entre torcedor e clube via internet. Segundo a definição desse autor, o “torcer virtual” ou “cibertorcedor” seria todo aquele indivíduo que frequenta uma página de internet relacionada ao clube pelo qual torce, e as “torcidas” ou “arquibancadas virtuais” seriam as comunidades online de torcedores relacionadas aos clubes de futebol (ROCO, 2006, p.15).

<sup>14</sup> Pesquisador britânico do Massachusetts Institute of Technology (MIT), Kevin Ashton fez em 1999 uma apresentação para alguns executivos de grandes empresas e utilizou pela primeira vez o termo. Resumidamente, a “Internet das Coisas” ou IoT, do termo em inglês Internet of Things, faz referência a mudança tecnológica que permitiu a conexão de outros equipamentos eletrônicos usados no dia a dia com a internet, como celulares, relógios, aparelhos de som com bluetooth e wifi, as smart tv etc.

Feita esta breve retrospectiva contextual que atravessam este trabalho, apresento nas próximas páginas um texto dissertativo repleto de elipses e lacunas, não por incapacidade ou descuido do pesquisador, mas, acredito eu, por essa incompletude ser característica inerente ao próprio olhar do pesquisador. A presente investigação qualitativa, que parte de um viés etnográfico, procura versar sobre as maneiras de torcer em interstícios das redes sociais da internet, tendo como seu escopo o estudo das diferentes dinâmicas organizacionais e interativas de um grupo online de torcedores presente na plataforma digital de relacionamento do Facebook<sup>15</sup>. O grupo em questão é formado por torcedores do Ceará Sporting Club, da agremiação de futebol do Estado do Ceará. A presente pesquisa foi desenvolvida entre meados do ano de 2015 e início de 2017, período que cursei o curso de Mestrado do Pós-graduação em Sociologia da Universidade Federal Ceará.

Todavia, diferente deste preâmbulo, a investigação que segue não está interessada em descrever uma “grande história” dos torcedores na “era das redes sociais digitais”, da mesma forma que não está alicerçada sobre grandes categorizações apriorísticas como “aldeia global” (MACLUHAN, 1995), “sociedade em rede” (CASTELLS, 2002) ou “cultura da convergência” (JENKINS, 2008).

Minha proposta, desde a ideia de submeter um projeto de pesquisa para uma seleção de mestrado na área da sociologia, e que atravessou todo meu trabalho de campo e a própria escrita dessa dissertação, era a de realizar um trabalho científico que se encaixasse no que Gilles Deleuze e Félix Guattari (1997) nomearam por “ciência menor”<sup>16</sup>. Para esses dois autores, a “ciência maior” estaria responsável pela teoria dos sólidos, aquelas fincadas em uma estabilidade temporal, como o estudo dos grandes acontecimentos; já a “ciência menor” partia da teoria dos fluídos, estaria focada no devir e na heterogeneidade, nos pequenos acontecimentos. Contudo, segundo os autores, as duas seriam correlatas, caso atuassem sobre ambas uma teoria das multiplicidades que, ao seu modo, possibilitasse a comunicação entre elas, e quando unidas forneciam uma espécie de conhecimento nômade.

---

<sup>15</sup> Criado por estudantes universitários inicialmente como um projeto de uma rede social digital voltada para a interação de estudantes, o Facebook, atualmente, após alcançar o patamar de ser uma das redes sociais da internet mais usadas no globo, tornou-se uma das empresas mais rentáveis e lucrativas, e que domina o setor das tecnologias digitais da informação e comunicação. Por definição técnica, ele é uma website de relacionamento, mas na literatura acadêmica especializada ele é geralmente concebido como sendo um site que “comporta incontáveis redes sociais” (RECUERO, 2009).

<sup>16</sup> Em “Mil Platôs: Capitalismo e Esquizofrenia”, particularmente na seção “Tratado de Nomadologia: a máquina de guerra”, Deleuzes e Guattari (1997) tecem uma acurada discussão epistemológica, ontológica e ética sobre os pressupostos científicos de muitas disciplinas, esse debate os leva a elaborar uma polarização que sintetiza seus pressupostos: a referente a “ciência maior” e a “ciência menor”.

A partir dessa ideia, persigo um fazer dialógico e fluído entre sociologia e antropologia, norteados não por linearidades e traduções, mas pelos “procedimentos”<sup>17</sup> que saltam do campo empírico, das multiplicidades do “cotidiano”<sup>18</sup>, suas fronteiras, interstícios e ruídos, pois, como conclamam os próprios Gilles Deleuze e Félix Guattari (1997, p. 27): “[...] o mais importante talvez sejam os fenômenos fronteirícios onde a ciência nômade exerce pressão sobre a ciência de Estado, e onde, inversamente, a ciência de Estado se apropria e transforma os dados da ciência nômade.”

Sendo assim, guiado por esse ideal de uma “ciência menor”, preocupada não com grandes categorizações, mas com a heterogeneidade dos micros-procedimentos do cotidiano, o trabalho que será apresentado nas próximas linhas está inclinado a “rastrear associações” (LATOURET, 2012), “descrever ‘redes’ e fluxos” (STRATHERN, 2011) e mapear “maneiras de fazer” (CERTEAU, 2012) - especificamente as operacionalizadas na esfera digital - dos atores que julgo serem a base de todo o campo futebolístico, aqueles que sustentam os alicerces do “futebol de espetáculo” (DAMO, 2007; 2012), atores que com sua heterogeneidade preenchem de sentido esse desporto e o tornam um fenômeno social tão multifacetado e abrangente, que extrapola o campo esportivo e se insere em circuitos que envolvem disputas políticas, econômicas e simbólicas, a essa turba de “homens ordinários”, “Herói comum. Personagem disseminada. Caminhante inumerável” como proclama de Certeau (2012, p.55), e que é caprichosamente nomeado pela alcunha de torcedor<sup>19</sup>.

---

<sup>17</sup> Resgato aqui a ideia de “procedimentos” como trabalhada por Michel De Certeau (2012) em a “Invenção do Cotidiano: artes de fazer”. Nesse livro o autor compreende que o “cotidiano” não se reduz a rotina da vida ordinária, mas, ao seu turno, ele é composto também pelas mais diversas práticas astuciosas, labirínticas e variáveis, efetuadas por atores comuns que estabelecem lógicas processuais e dinâmicas frente as relações de poder do dia a dia, tanto às subvertendo e como as ressignificando, daí o autor alterna do uso do termo práticas com o de “procedimentos”.

<sup>18</sup> Uma categoria chave para sociologia, sobretudo urbana, que neste trabalho aparecerá de forma abundante. Para esta dissertação tomo de empréstimo a noção de “cotidiano” de Michel Certeau (2012) como algo dinâmico e processual, que não se encerra na repetição ordinária da vida corriqueira.

<sup>19</sup> Segundo Malaia (2010), no início das coberturas dos eventos esportivos, jornais e revistas paulistas e cariocas – os dois maiores centros urbanos da época – utilizavam-se das expressões inglesa sportsmen e sportswoman para se referirem aos espectadores e esportistas, respectivamente. Segundo o autor, foi por volta da década de 1910 que se tornou recorrente, por parte dos veículos de comunicação esportiva da época, o uso do termo torcedor. A origem, segundo Malaia (2010), adveio do fato das moças que iam assistir aos jogos portarem lenços e outros objetos maleáveis, e que a cada lance de mais emoção as mesmas os torciam.

## 1 INTRODUÇÃO

Quando conversei com Fran Yan<sup>20</sup> pelo WhatsApp<sup>21</sup>, ele me disse que acreditava que depois que “inventaram as redes sociais” os torcedores de futebol ficaram mais próximos da realidade de seus respectivos clubes. Fran era um amigo que conheci na época da graduação em Ciências Sociais pela Universidade Federal do Ceará, e que, assim como eu, também torcia para uma das mais tradicionais agremiações futebolísticas do Estado do Ceará, o Ceará Sporting Club<sup>22</sup>. Para Fran, antigamente, mesmo com a presença da internet no dia a dia de muitos brasileiros, o torcedor de futebol ainda dependia muito das informações produzidos pela grande mídia. Porém, como ele mesmo aponta, “Quando veio o Orkut, já veio uma mudança grande”, agora “[...] as redes sociais aproximaram bastante o torcedor do clube”.

Desde o ano de 2008, quando abri uma conta e criei um perfil do extinto site de relacionamentos Orkut, tenho encontrado nas “comunidades virtuais” de torcedores a possibilidade de vivenciar minha condição de torcedor de futebol. Diferente de muitos torcedores brasileiros que já faziam uso das novas “tecnologias digitais de informação e comunicação” (TDIC`s) para expandir sua experiência torcedora, aquela era minha primeira experiência de interação social, com outros torcedores, mediada por essas tecnologias que se deu com o advento do que midiaticamente foram chamadas de “redes sociais da internet”.

Particularmente, nunca fui um torcedor adepto da prática de assistir ou ouvir programas esportivos, tampouco costumava ler colunas esportivas de jornais ou eletrônicos. Muito esporadicamente, dispunha-me a tais hábitos. Na maioria das vezes, as informações que obtinha sobre o Alvinegro de Porangabuçu,<sup>23</sup> vinham de conversas na rua, na faculdade; enfim, em momentos de socialização com outros torcedores, alvinegros ou não.

---

<sup>20</sup> Fran Yan Coelho Tavares, 2 anos, professor de sociologia da educação básica, é um dos interlocutores desta pesquisa. As conversas que faço referência são as entrevistas que realizei com o mesmo. Assim como Fran Yan, todos os outros 7 interlocutores, após a apresentação da pesquisa e seus objetivos, autorizaram o uso de seus nomes e demais informações pessoais expostas neste trabalho.

<sup>21</sup> Aplicativo de conversas instantâneas destinado a aparelhos celulares bastante popular entre os brasileiros, sobretudo a partir do ano de 2012. Esse “app” teve fundamental importância para essa pesquisa, pois, por meio dele realizei as entrevistas com meus interlocutores, os motivos que levaram a isso serão apresentados na seção das considerações metodológicas.

<sup>22</sup> Clube de futebol do Estado do Ceará fundado em 2 de junho de 2014. Maior campeão dos estaduais cearenses, o Ceará é um dos maiores clubes da região Nordeste.

<sup>23</sup> Essa alcunha dada ao Ceará Sporting Club se refere as cores preto e branco e a localização da sede do clube, que se encontra situada no bairro da periferia da capital cearense chamado de Porangabuçu. Localizado na regional III, por isso, a agremiação do Ceará Sporting Club é reconhecida por esse nome.

Com minha inserção no mundo do Orkut, isso mudou. Agora era por meio de minhas interações nas comunidades de torcedores alvinegros e naquelas voltadas especificamente ao futebol cearense, que me mantinha informado sobre o dia a dia do Ceará. Com o fim do Orkut, a exemplo de outros muitos torcedores brasileiros, comecei a participar de novas comunidades online de torcedores, dessa vez, elas estavam presentes no site de relacionamento do Facebook, plataforma que assumiria o posto da “rede social” mais popular entre os brasileiros<sup>24</sup>.

Paralelamente a isso, no ano de 2013, realizei uma pesquisa sobre uma torcida organizada ligada ao Ceará Sporting Club, os “Cangaceiros Alvinegros”, que havia sido fundada há pouco mais de 2 anos. Este trabalho resultou na escrita de um texto monográfico intitulado “Identidade futebolística e regional nas arquibancadas: o caso da torcida organizada dos Cangaceiros Alvinegros e sua ideologia de valorização regional” (RIBEIRO, 2014). Nesse trabalho investiguei as relações de sociabilidade entre seus membros e sua performance nas arquibancadas, norteadas a seu tempo por discursos sobre uma pretensa valorização da Região Nordeste, sobretudo da cultura e do que eles consideravam por “identidade regional”.

Muitas coisas nos escapam em uma pesquisa. Por mais pretenciosa, abrangente e arrojada que seja, uma pesquisa sempre será um olhar parcial sobre um determinado recorte temático. No estudo em questão, umas das maiores lacunas deixada por ele fora a relação que esse coletivo de torcedores organizados mantinha com a plataforma do Facebook. Por meio de um grupo de discussão, os membros dessa organização se articulavam para idas ao estádio, organizavam caravanas para assistirem aos jogos do Ceará quando sediados em outros Estados brasileiros, marcavam idas a bares e churrascaria para assistirem aos jogos transmitidos pelos canais de televisão em ocasiões de partidas fora do Estado, comentavam os jogos, criticavam e desabafavam suas opiniões sobre o desempenho dos jogadores etc.

Ciente dessa lacuna e, ao mesmo tempo, instigado por um cenário acadêmico de efervescência dos estudos enlaçados pelas temáticas da comunicação mediada por computador (CMC) e interações sociais no ciberespaço, no qual parte das ciências sociais encontrava-se inserida, fui compelido pela ideia de que o debate acadêmico no campo das ciências sociais, sobretudo ao que diz respeito a antropologia social e sociologia urbana, sobre os processos de engajamento e identificação clubística<sup>25</sup> poderia receber contribuições com um estudo sobre

---

<sup>24</sup>“Facebook atinge 1,32 bilhão de usuários e 80% dos brasileiros na web”. TecMundo. Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/facebook/60937-facebook-chega-1-32-bilhao-usuarios-atinge-80-brasileiros-web.htm>>. Acesso em 09/02/2017.

<sup>25</sup>As ciências sociais no Brasil, sobretudo as áreas da antropologia social e sociologia urbana, contam com uma considerável literatura sobre o futebol e os torcedores. Nesse tocante, é possível perceber alguns eixos temáticos

“práticas torcedoras no universo online”, objeto de estudo proposto por esta dissertação. Essa ideia, especificamente, surge a partir do entendimento de que mais significativo do que procurar estabelecer definições a priori sobre as formas de identificação clubística, é preciso aperfeiçoar, como nos alerta o antropólogo Arlei Sander Damo (2010, p.30) “[...] o entendimento de como e por que ocorre o engajamento do público no futebol de espetáculo, um tipo de adesão mediada por laços de identificação individual e coletiva.” (DAMO, 2010, p.30).

Essa perspectiva alicerça o principal objetivo desse estudo, que é o de lançar olhares e reflexões socioantropológicas sobre algumas práticas torcedoras realizadas em uma ambientação online, tendo em vista que, atualmente, a expressividade e as práticas torcedoras não estariam mais encerradas na “corporalidade” do aficionado, como em certo momento, talvez por desatenção ao atual momento, apontou o antropólogo Luiz Henrique de Toledo (2010, p. 177) em seu artigo “Torcer: a metafísica do homem comum”:

[...] as potências do torcer talvez sejam aquelas que mais escapam às análises totalizantes e aos arranjos explicativos normativos, quer dos especialistas do métier esportivo que, muitas vezes, sentenciam o comportamento torcedor a partir de um simplismo argumentativo próprio do meio, quer dos especialistas que enfrentam o assunto – historiadores, sociólogos, psicólogos, antropólogos – que acabam muitas vezes objetivando e capturando em cômodos modelos o frescor fugidivo de tais experiências.[...] Encerradas nas performances corporais, fruto dos estímulos e situações experimentadas ad hoc, as disposições para o torcer freiam a linearidade argumentativa.

Contraditoriamente, no mesmo artigo, Toledo argumenta que “[...] torcer é antes de tudo vivenciar uma interação que parece menos dependente das determinações últimas que divisam classificações seguras e preestabelecidas”<sup>26</sup>. Tendo isso em vista, parto da compreensão de que é lícito acreditar que o advento de diferentes formas de sociabilidades online, potencializadas nos últimos anos pela expansão do acesso à internet e do uso das novas tecnologias digitais da informação e comunicação (TDIC’S), gestaram novas formas de interação entre torcedores de futebol permitindo novas modalidades de experimentação de sua condição torcedora. A partir desse entendimento, o norte hipotético que orientou os primeiros passos dessa pesquisa foi o de que na atualidade a expressividade da identificação clubística do torcedor não se encontra restrita apenas a esfera do mundo off-line das relações físicas face a face, ela agora está sendo vivenciada também na arena das interações digitais.

---

de pesquisa, como “torcidas organizadas” (PIMENTA, 2000; TOLEDO,1996), “mercado futebolístico e a circulação de atletas” (RIAL, 2009), e o polo no qual me incluo, o do que chamo de “pesquisadores do torcer”, que envolvem estudos sobre os torcedores e sua relação de pertencimento clubístico, no contexto do futebol profissional (DAMO,2008,2012; GADELHA, 2012; VASCONCELOS,2016).

<sup>26</sup>Ibid.: p. 177.

No entanto, tendo em vista essa hipótese de partida, minha proposta de estudo suscitou automaticamente pelo menos dois relevantes desafios. O primeiro é a dificuldade em mensurar a magnitude do fenômeno sociocultural da “paixão clubística” na sociedade brasileira, tendo em vista que esse fenômeno que “irmana estranhos, os faz comungarem ideais, objetivos e sonhos, consolida gigantescas famílias vestindo as mesmas cores”, como afirma Sevcenko (1994, p.35), reverbera na vida cotidiana de milhões de pessoas. O segundo desafio não só diz respeito a extensão do fenômeno, mas remete ao caráter veloz e efêmero que marcam as relações sociais estabelecidas no próprio campo empírico da pesquisa, que faz parte de uma fração do ciberespaço.

Diante disso, optei pela escolha de um recorte e um método que pudesse contemplar os anseios dessa dissertação e do perfil deste pesquisador que lhes fala. De fato, antes da decisão, fui intimado pelos desafios e tencionado pela minha própria formação de pesquisador, que sempre foi pautada na busca por um “modelo artesanal de ciência, no qual cada trabalhador produz as teorias e os métodos necessários para o trabalho que está sendo feito”, como defende o sociólogo Howard Becker (1999, p. 12).

Assim como Howard Becker, penso que o pesquisador é o compositor e intérprete de uma sinfonia que ele mesmo escreveu, dando significância às vozes coautoras de sua obra, que se fazem presentes em seus trajetos investigativos. Dessa forma, decidi escolher a opção por uma investigação etnográfica<sup>27</sup> de um determinado grupo online de torcedores ligados ao Ceará Sporting Club, presente no Facebook, e do qual, ao mesmo tempo, faço parte enquanto torcedor.

O nome do grupo é homônimo ao da agremiação cearense, Ceará Sporting Club (CSC), ele contava no início com mais de 14 mil membros. O CSC era o segundo maior grupo de torcedores do Ceará em número de membros, presente no Facebook. No final do trabalho de campo, o número de participantes já havia ultrapassado o montante de 18 mil membros, o mantendo ainda em segundo lugar no número de integrantes. A decisão por este grupo específico não se deu de forma aleatória, ela seguiu alguns critérios que explicitarei mais à frente. Por hora, mais patente do que elencar estes requisitos, é indispensável apontar as razões da decisão de tomar um grupo online específico de torcedores de futebol como foco da presente pesquisa.

---

<sup>27</sup> De acordo com o antropólogo Guilherme Magnani (2002, p.17) “o método etnográfico não se confunde nem se reduz a uma técnica; pode usar ou servir-se de várias, conforme as circunstâncias de cada pesquisa; ele é antes um modo de acercamento e apreensão do que um conjunto de procedimentos”, perspectiva a respeito da “etnografia” da qual, assim com outras que serão apresentadas ao decorrer desse texto, compartilho nessa pesquisa.

Essa escolha se deu em grande medida porque, assim como apontou Howard Becker (2008) no prefácio de seu livro *Los Mundos del arte*, penso que o estudo de determinados grupos sociais reportam ao pesquisador questões de como “saber como é que elas conseguem coordenar a sua atividade a fim de produzirem um resultado, qualquer que ele seja” (BECKER, 2008, p.11. tradução do autor)<sup>28</sup>. Para Becker, o labor artístico é uma atividade acima de tudo coletiva, assim como outras atividades humanas, ele é produto de uma série de atividades conjuntas orquestradas e operacionalizadas por um determinado número de pessoas (2008, p. 17). Contudo, segundo ele, não compete ao pesquisador analisar a estética do trabalho, mas sim seu lado organizacional, ou seja, o importante seria a análise sobre a rede de cooperação existente para se realizar um trabalho artístico. Inspirado na perspectiva desse autor, a escolha por realizar um trabalho etnográfico sobre a organização do cotidiano de um grupo online de torcedores alvinegros, o CSC, despontou como uma alternativa viável.

Partindo dessas premissas, os questionamentos que norteiam essa pesquisa são voltados ao cotidiano e aos processos organizativos desse grupo, afinal, procuro saber como os torcedores participantes do CSC operacionalizam suas maneiras de torcer nessa ambientação digital? Em termos mais específicos, meu interesse está voltado em identificar e descrever quais são os procedimentos adotados por aqueles indivíduos, dentro daquele espaço digital, para expressar e vivenciar sua condição torcedora?

Contudo, levando tudo o que foi dito até o momento em consideração, é necessário deixar explícito que em nenhum momento almejei realizar o que os antropólogos George Marcus e Michael Fischer (1986) chamaram de *ethnographic realism*, isto é, trabalhos que seguiam o modelo de etnografias totais, baseados na proposta de representar a totalidade de determinado grupo social, estudo a partir de extensas descrições dos complexos segmentos que os compunham (parentesco, economia, religião, política, cultura, geografia etc.). Da mesma forma, tampouco pretendi realizar uma “etnografia focalizada”, caracterizada por Hubert Knoblauch (2005) como um empreendimento de curta duração, onde o pesquisador realiza um breve trabalho de campo, e na maioria das vezes são empregados diferentes técnicas de registro como gravar vídeos, realizar fotografias e entrevistas, operações direcionadas a coleta de dados de um fenômeno específico do campo.

Minha proposta de investigação etnográfica é inspirada na tradição de trabalho de campo da antropologia urbana brasileira, sobretudo ao que diz respeito aos trabalhos realizadas

---

<sup>28</sup> Howard Becker (2008) compreende que quando determinadas ações são compartilhadas pelos atores sociais de um mesmo grupo, e elas, ao seu modo, funcionam como a base da formação de uma ação coletiva, essas ações são modos compartilhados específicos de agir, e devem ser entendidas como “convenções” do próprio grupo.

por antropólogos como Gilberto Velho (1987) e Guilherme Magnani (2002), que, dentre outras coisas, tinham como característica uma intensa e prolongada inserção no campo empírico, e lançam mão de uma extensiva observação participante que subsidie a realização de anotações em um diário de campo. Esse estudo também é influenciado pelos métodos sociológicos de pesquisa qualitativas sobre o cotidiano e organização de grupos urbanos, particularmente os adotados e postulados por Howard Becker (1999) e Machado Pais (2003, 2003a). Em termos gerais, procuro desenvolver uma investigação que se encontre na intersecção desses dois modelos.

Feito essa primeira parte da apresentação dessa dissertação, que resumidamente relatou os primeiros passos e escolhas que impulsionaram a realização desse estudo, para finalizar essa parte introdutória, as próximas linhas trataram de apresentarem sinteticamente o que as próximas páginas guardam ao leitor desse texto.

Esse texto está dividido em cinco capítulos, dispostos da seguinte forma: introdução, que aparece como uma espécie de primeiro capítulo, segundo, terceiro e quarto capítulos e as considerações finais. A introdução, como provavelmente o leitor percebeu, é composta por um relato de percurso da própria pesquisa, apresentando, não necessariamente nessa ordem, motivações, justificativas, objetivos, campo empírico, hipóteses, método, objeto de estudo e os questionamentos de partida. Mas, antes de chegar ao segundo capítulo, esta introdução ainda conta com mais duas seções, uma que discute sobre os procedimentos metodológicos da pesquisa e a outra, para finalizar, apresenta algumas notas sobre o fazer etnográfico no ciberespaço.

O segundo capítulo é dividido em duas partes, uma de caráter exclusivamente teórico, a outra, de viés expositivo apresenta as particularidades do campo empírico da pesquisa, o Facebook. Na primeira parte, procuro abordar de forma sintetizada, sem que seja uma explanação simplória, a literatura acadêmica, especificamente, a produzida pelas ciências sociais do Brasil sobre o fenômeno do desporto futebolístico, assim como explano sobre a espetacularização do esporte e como ela está imbricada com os processos de identificação clubística; ainda nessa parte, abordo questões teóricas sobre o jogo, o engajamento e a identificação clubística. Na seção destinada à apresentação do campo empírico, o Facebook, apresento um panorama histórico e contextual dessa rede sociotécnica da internet, em seguida falo de suas funcionalidades e particularidades de sua programação.

No terceiro capítulo, que também se encontra subdividido em seções, apresento o grupo Ceará Sporting Club (CSC)<sup>29</sup>. Nessa parte, dedico uma descrição sobre as atividades, regras, participantes e dos formatos das publicações. Em seguida, a partir de uma perspectiva teórica, influenciada pela noção de “território” de Deleuze e Guattari (1997) e pelos dois pares de conceitos talhados pelo historiador Michel de Certeau (2012), “estratégias”/“táticas” e “espaço” / “lugar”, discuto por meio da articulação entre dados etnográficos e os referenciais teóricos apresentados que chamei de convivialidade clubística digital; os debates entre os torcedores mais ativos, as regras de convivência e o papel da moderação dentro daquele espaço online do torcer, circunscrito em um lugar estruturado por entidades técnicas (códigos de programação, algoritmos, conexões de rede etc.). Antes de encerrar, dedico a última seção desse capítulo para problematizar a questão da rivalidade clubística presente no CSC, por meio de uma análise dos conteúdos presentes no tópico fixo Fakes Atacar!

No capítulo quatro, Em busca da informação, procuro analisar de forma reflexiva o papel do grupo para aqueles torcedores, tentando ouvir meus interlocutores sobre suas motivações para permanecerem naquele espaço. Nesse capítulo, em um primeiro momento, discuto a importância da informação sobre o dia a dia do clube cearense para os participantes do grupo, e, em um segundo momento, tento discorrer sobre os percursos que ela pode traçar. Paralelamente a esses dois momentos, tento “rastrear” algumas “associações”, como propõe a “teoria ator-rede” (TAR) de Bruno Latour (2012), no sentido de apontar para a existência de uma multiplicidade de atores presentes no grupo, sejam eles humanos ou entidades técnicas (não-humanos).

Por fim, nas considerações finais, faço uma retrospectiva do percurso do trabalho de campo dessa pesquisa etnográfica, sublinhando algumas reflexões, dando relevo para o fato de que a confrontação dos dados proporcionou mudanças das rotas pelas hipóteses iniciais que levei a campo, permitindo uma avaliação do meu próprio percurso da pesquisa, abrindo, inclusive, novos horizontes para futuras investigações.

---

<sup>29</sup> Nesse texto, para a melhor fruição da leitura, o nome “grupo” aparecerá em itálico quando fizer referência ao coletivo estudado, o Ceará Sporting Club (CSC).

## 1.1 Exame tático: escolhas e procedimentos metodológicos

Durante o período que compreendeu os meses de agosto de 2015 e janeiro de 2017, realizei essa pesquisa qualitativa de caráter híbrido, pois, encontra-se em uma interseção entre as áreas da antropologia social e a “sociologia do cotidiano” (PAIS, 2003)<sup>30</sup>. A decisão de realizar um estudo nesses termos é tributária do meu próprio perfil de pesquisador, pois, mesmo tendo conhecimento das particularidades metodológicas e teóricas que as disciplinas guardam, durante toda minha formação acadêmica, as fronteiras entre o “fazer antropológico” e o “fazer sociológico”, particularmente, despontavam como demarcações muitas vezes borradas e flexíveis. No entanto, antes de prosseguir a explanação sobre o relato dos procedimentos metodológicos adotados, permita-me o leitor uma breve digressão mais apurada sobre as motivações que me levaram a escolher o CSC como foco de análise.

Dentre a infinidade de grupos online de torcedores presentes em diferentes redes sociais da internet, a decisão por optar unicamente por um presente na plataforma do Facebook, de certo modo, foi a primeira estratégia metodológica adotada para dar conta da minha proposta de estudo. Primeiramente, entre todas as “redes sociotécnicas” (SEGATA, 2014) disponíveis, a escolha do Facebook se deu por sua popularidade entre os brasileiros, afinal, segundo números fornecidos pela plataforma, 45% da população do Brasil acessa mensalmente a plataforma<sup>31</sup>. Esse número, nas palavras do diretor de parcerias estratégicas da empresa Facebook, Ime Archibong, equivale a dizer que 8 a cada 10 brasileiros possui uma conta na “rede social”<sup>32</sup>. Diante disso, fazer a opção por essa “rede social” significava dizer que estaria possivelmente diante de uma heterogeneidade de perfis de interlocutores que poderiam representar a abrangência e a multiplicidade da população brasileira.

Em um segundo momento, a escolha de apenas um agrupamento de torcedores dentre a imensa variedade desses coletivos dentro da plataforma – grupos de torcedores organizados, grupos de torcedores de uma região, de competições oficiais, de torcedores rivais etc.-, foi uma opção arvorada não só em questões de foro íntimo, pois, como já afirmei sou torcedor do Ceará Sporting Club, mas, ela levou em conta critérios como o de “proximidade”

---

<sup>30</sup> Para o sociólogo português Machado Pais (2003a, p. 29), ao transitar por percursos que perpassam “rotinas” e “ruptura”, a “sociologia do cotidiano” esmiúça a própria paisagem social, na busca dos significantes sociais atribuídos pelos atores mais do que dos significados. “O verdadeiro desafio que se coloca à sociologia do cotidiano é o de revelar a vida social na textura ou na espuma da ‘aparente’ rotina de todos os dias, como a imagem latente de uma película fotográfica” (PAIS, 2003a, p. 31).

<sup>31</sup> “45% da população brasileira acessa o Facebook mensalmente. Facebook. Disponível em: <<https://goo.gl/9HSDjU>>. Acesso em 04/03/2017.

<sup>32</sup> “99 milhões de brasileiros no Facebook todos os meses”. Innovre Pesquisa. Disponível em: <<https://goo.gl/U4WWYa>>. Acesso em 04/03/2017.

com o grupo (entre os grupos de torcedores alvinegros ele era um dos quais eu mais acessava), minha “familiaridade” com ele, questão que revisitarei na subdivisão dessa seção (desde do ano que fui adicionado como membro, em 2011, mantinha uma acesso quase que diário), seu “contingente de participantes” (no início da pesquisa eram cerca de um pouco mais de 14 mil membros), sua constância interativa (diariamente recebia diversas notificações do grupo, apontado para o fato de que ali existia uma interatividade constante) e, por fim, o último critério, e que julgo ser o mais importante: sua organização. Dentre os demais grupos de torcedores alvinegros que participava, aquele era o que tinha o mais extenso corpo de regras, também o que possuía o maior número de administradores (moderadores)<sup>33</sup>, características que influenciavam para que aquele grupo não recebesse spam<sup>34</sup>, floodagens<sup>35</sup> e possuísse um índice quase zero de publicações repetidas, características que irei me ater mais tarde nesse texto.

Em um terceiro momento, quando realizei uma observação exploratória, ocorrida ainda no ano de 2014, sobre o dia a dia do próprio grupo, fiz uma outra escolha. Como as interações do grupo ocorrem essencialmente por meio da participação dos membros em tópicos de discussão, os chamados posts, percebi que existiam basicamente dois tipos deles, que metodologicamente denominei por flutuantes e fixos – nesse caso o nome fixo é uma categoria nativa. Devido a rapidez e não-linearidade do fluxo interativos nos dois tipos de tópicos, escolhi me debruçar com mais afinco sobre aqueles que concentrassem maior número de interações dos participantes do CSC, independentemente de serem flutuantes ou fixos. Essa opção se delineou a partir do entendimento que nesses tópicos se conteriam uma maior diversidade de interações, que por sua vez, poderiam apontar com mais detalhes sobre as dinâmicas e mecanismos de organização do grupo, sobre as expressões de diferentes pontos de vista dos participantes, para diferentes formas de socialização dos membros etc. Contudo, isso não quer dizer que excluirei os posts com menor índice de participação, eles também compõem o material de análise dessa dissertação.

Tendo em vista essas primeiras escolhas, e guiado pela ideia de que é possível realizar uma pesquisa mesclando o “fazer antropológico” e o “fazer sociológico”, resolvi adotar

---

<sup>33</sup> São os membros responsáveis pela administração do grupo. Eles elaboram as regras, aplicam sanções aos que não as cumprem, avaliam os perfis daqueles que procuram serem adicionados como novos membros, realizam uma filtragem nas postagens são publicadas, aprovando ou desaprova-as.

<sup>34</sup> O termo inglês spam significar *Sending and Posting Advertisement in Mass*, que faz menção ao encaminhamento e postagens em páginas online (e-mail, redes sociais, aplicativos de comunicação instantânea) publicidade em massa”.

<sup>35</sup> Na linguagem nativa dos participantes da plataforma, floodar seria a prática de inundar determinado espaço online com conteúdos repetidos, como fotos, notícias, vídeos etc.

a “descrição etnográfica”<sup>36</sup> como a base metodológica desse trabalho. Todavia, ressalto ao leitor que não tenho a intenção de restringir meus esforços de pesquisa a única tarefa de “descrever” o cotidiano dos atores que me propus estudar, pois, acredito que para além de construir uma descrição da realidade de um determinado grupo social e seus atores, uma etnografia precisa buscar o ponto de equilíbrio entre a “teoria nativa” e uma “teoria científica”, como sinalizou Goldman (2006, p. 170):

Uma teoria etnográfica não se confunde nem com a teoria nativa (sempre cheia de vida, mas por demais presa às vicissitudes cotidianas, às necessidades de justificar e racionalizar o mundo tal qual ele parece ser, sempre difícil de transplantar para outro contexto), nem como uma teoria científica (cuja imponência e alcance, ao menos na antropologia, só encontram paralelo em seu caráter anêmico e, em geral, pouco informativo). Evitando riscos do subjetivismo e da parcialidade, por um lado, do objetivismo e da arrogância por outro, trata-se de encontrar o que Milan Kundera chama de soberbo ponto mediano, o centro. Não o centro, ponto pusilânime que detesta extremos, mas o centro sólido que sustenta os dois extremos num notável equilíbrio (GOLDMAN, 2006, p. 170).

Dessa forma, e corroborando com essa premissa, optei pela escolha do método etnográfico como base metodológica fundamental desse estudo por compreender que, assim como Frehse (2011, p. 35) defende, a etnografia é:

[...] antes de tudo como maneira específica de conhecer a vida social. Sua peculiaridade: sua fundamentação existencial numa impregnação profunda, no pesquisador (em seu corpo e sua alma, em sua inteligência essencialidade), da imprescindibilidade da busca por aquilo que Eduardo Viveiros de Castro denominou ‘diálogo para valer’ com o Outro sendo o conhecimento forjado justamente a partir dos resultados desse diálogo.

Para se atingir esse “diálogo pra valer”, penso que seja preciso realizar um criterioso, rigoroso, e, acima de tudo, humanizado trabalho de campo, tendo em vista que, por mais que a realidade que me proponho a analisar seja digitalizada, os “dados do campo” não me esperam em uma aba ou link, eles estão invisíveis, e para identificá-los é fundamental entender que “o trabalho de campo é sobretudo uma atividade construtiva ou criativa, pois os fatos etnográficos ‘não existem’ e é preciso um método para a descoberta de fatos invisíveis por meio da inferência construtiva” (GOLDMAN, 2003, p. 456).

É nesse sentido que, em meu “trabalho de campo”, contrariando algumas vertentes mais clássicas da antropologia, fiz uso de um cruzamento de diferentes técnicas de coleta de

---

<sup>36</sup>Penso uma “descrição etnografia” é por excelência uma forma de interpretar o mundo social estudado, pois, como salienta Goldman (2016, p.125, grifo do autor), “Toda descrição é sempre interpretada, e isso ocorre sempre em contraste com outras descrições. Não há descrição que não seja relativa ao contexto descritivo, isto é, ao conjunto das outras descrições.

dados, pois, compreendendo que na etnografia, “[...] o autor é, ao mesmo tempo, o seu próprio cronista e historiador; suas fontes de informação são, indubitavelmente, bastante acessíveis, mas também extremamente enganosas e complexas; não estão incorporadas a documentos materiais fixos, mas sim ao comportamento e memória de seres humanos” (MALINOWSKI 1998, p. 18-19), acredito que como aponta Giumbelli (2002, p. 102) “[...] ‘o objetivo fundamental da pesquisa etnográfica’ deve ser buscado a partir de uma variedade de fontes, cuja pertinência é avaliada pelo acesso que propiciam aos “mecanismos sociais” e aos “pontos de vista” em suas “manifestações concretas”.

Seguindo esses pressupostos, e respaldando-me na ideia de que, como assevera Howard Becker (1999, p.91), “O pesquisador de campo, devido ao fato de que tem contato contínuo com aqueles que estuda, pode coletar dados deles através de variados procedimentos, em diversos ambientes e em diferentes estados de espírito”, optei pela escolha do cruzamento de procedimentos como o da observação participante<sup>37</sup>, a elaboração de um diário de campo, a realização de prints<sup>38</sup> que funcionaram como espécies de “fotografias” do dia a dia do CSC, entrevistas qualitativas sem estruturação de um roteiro, realizadas em moldes de conversas abertas por meio de comunicadores instantâneos online, com interlocutores-chaves para essa dissertação, e, por fim, para basicamente fins ilustrativos e de prova, fiz uso de uma pesquisa documental de matérias jornalistas que diziam respeito, em certa medida, aos assuntos abordados por esse texto dissertativo.

Ao tocante das entrevistas, compreendo que mesmo sendo um procedimento diferente da observação participante, ambas não são excludentes, pelo contrário, acredito que as duas técnicas podem atuar juntas, pois, como defende o antropólogo Emerson Giumbelli (2002, p.102):

Se na observação participante, o pesquisador deve deixar seus “nativos” falarem, no uso de fontes textuais ele deve lidar com o que já foi dito. Nada disso invalida o recurso a entrevistas; afinal, há situações em que é fundamental fazer certas personagens falarem, assim como é imprescindível fazer emergir vozes que, de outro modo, permaneceriam submersas.

Essas “vozes emergentes” não cumprem apenas um papel de “checagem” das informações obtidas por meio da observação participante, como defendem autoras como Beaud

---

<sup>37</sup> Para as autoras Beaud e Weber (2007), a observação etnográfica está alicerçada no entrelaçamento de três técnicas: perceber, memorizar e anotar. Contudo, não só observei, anotei e memorizei o que vi no campo, como também participei interagindo sempre quando possível, fazendo uso da minha condição de torcedor-membro.

<sup>38</sup> Tendo em vista que realizei parte da pesquisa por meio do smartphone, fiz uso da ferramenta de prints screen (captura de tela) disponibilizada por ele para capturar algumas imagens do grupo, assim como diálogos e debates entre os membros.

e Weber (2007, p.95), “(...) É por isso que aconselhamos a testar suas observações através de entrevistas, quando pedirá a seus entrevistados de que se lembrem de um fato ao qual assistiram juntos”, mas, como nos lembra Márcio Goldman (2008), a fala nativa serve sobretudo para “desorientar o pesquisador”, mas, trata-se de uma desestabilização positiva, que lhe abre os olhos para outras “conexões”:

[...] os discursos e práticas nativos devem servir, fundamentalmente, para desestabilizar nosso pensamento (e, eventualmente, também nossos sentimentos). Desestabilização que incide sobre nossas formas dominantes de pensar, permitindo, ao mesmo tempo, novas conexões com as forças minoritárias que pululam em nós mesmos” (GOLDMAN, 2008, p.7).

Durante os 18 meses que compreenderam o período de agosto de 2015 a janeiro de 2017, muitas falas de meus interlocutores, muitos fenômenos que observei e foram anotados em meu diário de campo, muitos prints que tirei, tudo o que foi de certo modo “coletado do campo”, contribuíram para desestabilizar certos pressupostos e hipóteses iniciais, e abriram possibilidades para novas conexões.

Durante esse tempo, entrava diariamente no grupo, sem um critério de horários pré-definidos. Pela manhã, tarde, noite e madrugada, sempre que visualizava alguma notificação recebida em minha lista de atualizações do Facebook, acessava o CSC, onde sempre ia focando mais atenção naquelas postagens que geravam um maior número de participações. Independente de dias de jogos ou não, de dias mais movimentados ou não, constantemente fazia-me presente no CSC. Sempre que possível, participava realizando perguntas sobre eventos relacionados ao clube, como horários dos jogos, quais atletas estariam escalados, quais jogadores haviam sido suspensos ou estariam no banco etc., e, da mesma forma, se algum membro tivesse alguma dúvida a respeito desses mesmos assuntos, eu respondia caso tivesse acesso a tal informação.

Com o passar do tempo, já dispunha de uma considerável quantidade de anotações e prints de vários momentos do dia a dia do CSC. Enquanto “nativo” do grupo, boa parte das informações eram facilmente decodificadas. Contudo, algumas lacunas foram emergindo, e com elas a necessidade de ouvir os membros foi se tornando patente, pois, por mais que os participantes, sobretudo os mais ativos, interagissem junto as discussões do CSC, eles pouco falavam sobre sua experiência torcedora dentro grupo. Em outros termos, eles falavam muito sobre o clube e seu desempenho nas competições, mas pouco relatavam sobre a convivência,

as motivações e seu engajamento naquele espaço, logo, para obter essas informações, fiz uso de entrevistas que chamei de “conversas”<sup>39</sup>.

Todas as conversas aconteceram de forma online, elas foram realizadas por meio da utilização do aplicativo de comunicação instantânea do WhatsApp<sup>40</sup>. A escolha dessa ferramenta para tal uso não foi uma imposição minha, foi uma necessidade do próprio campo. Quando entrei em contato com os primeiros pretensos interlocutores, no caso Caio Rabelo e Manoel Moreira, por meio do Messenger<sup>41</sup>, falei da possibilidade de utilizar esse aplicativo. Fiz o aviso aos outros interlocutores que, assim como Caio e Manoel, indicaram preferir a utilização do WhatsApp, por que, segundo eles, “era mais prático”.

De fato, o aplicativo disponibiliza o recurso de gravação e reprodução de áudios, possibilitando a troca de perguntas e respostas por meio de áudios de voz. Diante dessa possibilidade, propus aos meus interlocutores uma comunicação por meio desses recursos, dessa forma, as perguntas e respostas foram realizadas por meio de troca de áudios, conteúdos que mais tarde foram textualizados por meio de um processo de transcrição que contribuiu enormemente com as reflexões da pesquisa.

Todavia, a escolha de meus interlocutores também seguiu critérios. Primeiro, assiduidade, o informante precisava ser ativo no grupo, identificando isso, partia para o segundo requisito, o tempo de CSC. Por uma questão de familiaridade, convidei apenas membros que tivessem sido adicionados aos o grupo antes de 2015, ano que iniciei o trabalho de campo. Dos nove entrevistados<sup>42</sup>, três eram moderadores, um deles desde do início do grupo, os outros cinco interlocutores se enquadravam no perfil que descrevi. Quatro deles são meus amigos próximos, Caio Rabelo (moderador), Fran Yan, Manoel Neto e Joaquim Sobreira, os outros cinco, dividem-se em dois conhecidos, com quem não tinha contato presencial há algum tempo, como é o caso de Isaac Cáula e Joaquim Mota, e os outros, Joseni Nunes, Pedro Lucas (moderador) e Yuri Capibaribe (moderador).

A escolha dos interlocutores seguiu alguns procedimentos. Primeiramente, identificava aquele membro que se encaixava nos requisitos que elenquei; a partir daí entrava em contato por meio de mensagens individuais do Facebook, por meio do Messenger,

---

<sup>39</sup> Utilizo a palavra conversa por dois motivos: primeiro, as entrevistas não foram estruturadas e nem seguiram um roteiro, foram sendo desenvolvidas por meio de perguntas intuitivas. O segundo motivo deve-se ao fato que, a plataforma do aplicativo do WhatsApp, que usei para realizar as “conversas”, nomeia dessa maneira a troca de mensagens (textos, imagens ou áudios) entre os atores envolvidos.

<sup>40</sup> Aplicativos destinados a dispositivos móveis de troca de mensagens bastante popular no Brasil.

<sup>41</sup> Aplicativo de mensagens instantâneas do Facebook.

<sup>42</sup> Em verdade, realizei 10 entrevistas. Contudo, por uma falha humana e técnica, ao um só tempo, perdi o material coletado de uma delas. Dessa forma, a contribuição do participante foi perdida e não computada nesse texto.

explicando sobre a pesquisa e solicitando ajuda para sua realização. Todos os membros com quem entrei em contato acenaram positivamente para participação. Efetuei cerca de uma conversa com sete deles, com a média de duração de quarenta a cinquenta minutos. Apenas com Caio Rabelo e Manoel Moreira conversei por duas vezes, devido ao fato de nossa proximidade e a disponibilidade para contribuir com meu trabalho.

A observação participante e as conversas me reportavam a assuntos e categorias comuns ao grupo que me eram bastante familiares. Logo nos momentos iniciais da pesquisa minha condição de “nativo” despontou com certa intensidade, demandando uma reflexão sobre meu próprio “local de fala” (pesquisador/nativo). Para dar continuidade ao trabalho, sem cair em armadilhas de “distanciamento robótico” ou de ideais positivistas de neutralidade, muito menos ser essencialista e purista com o campo, foi preciso pensar mecanismos criativos para seguir na jornada, e parte deles consegui desenvolver por meio de leituras e referências que abordarei na próxima seção.

#### 1.1.1 Jogando em casa: o familiar, o distanciamento e a reflexividade

Ao escolher o CSC como locus privilegiado para o estudo de algumas práticas torcedoras na esfera digital, objeto de estudo dessa dissertação, me deparei com uma das clássicas premissas das Ciências Sociais que é a da necessidade de “uma distância mínima que garanta ao investigador condições de objetividade em seu trabalho” (VELHO 1994a p.123). Dessa forma, “observar o familiar” remete o pesquisador, esse “animal social”, como nos lembra Willian Foote Whyte (2007), a uma série de questões complexas a respeito de sua reflexividade sobre os fazeres da pesquisa.

Uma dessas questões advinham do fato de que me encontrava com uma dupla condição na pesquisa: ao mesmo tempo que era pesquisador, também continuava a ser um nativo do campo. Diante disso, era patente chegar-se a um ponto de equilíbrio entre as duas posições. O primeiro passo foi assumir essa condição, recusando todo e qualquer sonho positivista de “neutralidade”, e partindo do entendimento de que a realidade, seja ela familiar, seja exótica, sempre é “filtrada por uma perspectiva subjetiva do próprio pesquisador”, como salienta o antropólogo Gilberto Velho (1987).

Para esse autor, a realidade é um fenômeno tomado de forma diferente daquela que os atores envolvidos no campo de estudo podem vir a conceber. Essa condição interpretativa do próprio pesquisador não conflagra a falência do rigor científico, tão pouco a falta de objetividade, mas, como assevera o autor, diz respeito a “necessidade de percebê-la enquanto

objetividade relativa, mais ou menos ideológica e sempre interpretativa” (VELHO, 1994a, p.129). Seria por meio desse “movimento de relativizar as noções de distância e objetividade”<sup>43</sup> que o pesquisador que estuda algo imbricado diretamente a sua vida cotidiana, se permite estudá-lo sem paranoias de não alcançar resultados imparciais.

A partir dessa premissa, percebi que para superar esse desafio e encontrar um determinado equilíbrio entre as duas posições, era preciso seguir esse “movimento de relativização”, sempre o arvorando e em constante diálogo com o rigor dos procedimentos de pesquisa etnografia. No entanto, como a pesquisa foi realizada em um interstício do ciberespaço, os procedimentos metodológicos adotados precisariam dialogar e convergir com as particularidades desse espaço digital. Tendo isso em mente, buscar informações sobre como o fazer etnográfico no ciberespaço vem se desenvolvendo nas pesquisas das ciências sociais, despontou como uma alternativa prudente.

## 1.2 Notas sobre o fazer etnográfico no ciberespaço

De acordo com a literatura acadêmica foi na década de 90, juntamente com o “boom” da internet, que se iniciaram as pesquisas sobre as formas de interação sociais vivenciadas em contextos de interconectividade. Artur Escobar (1994) é apontado como um dos primeiros antropólogos a chamar atenção sobre a importância dos estudos antropológicos na era da internet. Segundo ele, a antropologia da cibercultura não deve reportar a ideia da criação de um novo ramo da disciplina, de acordo com ele, a antropologia e seu projeto etnográfico já se encontram bem equipados para começar a descrever e lançar novas leituras analíticas sobre as transformações sociais e culturais ligadas ao desenvolvimento tecnocientífico da sociedade:

The anthropology of cyberculture similarly holds that we can assume a priori neither the existence of a new era nor the need for a new branch of anthropology. Indeed, the discipline is in principle well suited to what must start as a rather traditional ethnographic project: to describe, in the manner of an initial cultural diagnosis, what is happening in terms of the emerging practices and transformations associated with rising technoscientific developments (ESCOBAR, 1994.p.216)<sup>44</sup>.

<sup>43</sup> De acordo com Gilberto Velho (1994a p.129): “Esse movimento de relativizar as noções de distância e objetividade, se de um lado nos torna mais modestos quanto à construção do nosso conhecimento em geral, por outro lado permite-nos a observar o familiar e estudá-lo sem paranoias sobre impossibilidade de resultados imparciais”.

<sup>44</sup> Em tradução livre: "A antropologia da cibercultura também sustenta que podemos assumir a priori nem a existência de uma nova era nem a necessidade de um novo ramo da antropologia. Na verdade, a disciplina é, em princípio, bem adaptada ao que deve começar como um projeto etnográfico bastante tradicional: descrever, à

O debate em torno do alcance da etnografia para pesquisa no mundo digital foi ultrapassando os limites da própria disciplina antropológica, e ganhando espaço em áreas como da comunicação social e a sociologia da ciência. Robert Kozinetz (1998), pesquisador da área do comportamento do consumidor e marketing, sugeriu uma “adaptação” semântica e metodológica do método etnográfico, para que fosse possível praticá-lo nesse novo campo, que ele chamou de netnografia. Segundo Kozinetz, esse “ajuste” maximizaria o tempo de trabalho do pesquisador, trazendo vantagens para própria pesquisa, tendo em vista que todas as informações poderiam ser colhidas diretamente da tela.

Autoras como Cristina Hine (2000) e Sherry Turkle (1995) também tiveram uma relevante contribuição nesse debate. Ao cunhar o termo “virtual ethnography” (etnografia virtual), por exemplo, Cristina Hine se mostrou preocupada com as dimensões epistemológicas, conceituais e metodológicas da teoria etnográfica moderna, e levou em consideração muitas faces do debate sobre o método etnográfico, discussões bastante caras as ciências sociais, sobretudo, para antropologia.

Para esta autora, os estudos etnográficos “na” e “da” web se dividiriam em dois grandes grupos: o primeiro, o que entende a internet como um “artefato cultural”, cujo sentido está inteiramente dependente daqueles que a criam cotidianamente, dando prioridade a abordagem em cenários exteriores a ele, focando nas pesquisas em ambientes fora da rede (off-line). O segundo grupo, compreende o ciberespaço como um cenário cultural e social, onde dinâmicas interativas possuem lógicas próprias que dependem da confluência de sentidos e interesses atribuídos por seus usuários, e diferentemente do primeiro grupo, foca na pesquisa sobre a experiência da comunicação mediada por computador (CMC), centrando nos processos de relações sociais online. De acordo com Hine (2000, p. 61), é preciso pensar e explorar a perspectiva da “etnografia multisite”, compreendida como um verdadeiro engajamento no sentido da exploração das possibilidades de interatividade e das experiências de conectividade presentes no ciberespaço.

Segundo Cristina Hine, os estudos dos fenômenos presentes no campo da cibercultura exigem a tomada de uma posição que privilegie a observação e descrição dos fluxos em detrimento tanto das extensivas descrições generalistas que focam no lugar, segundo ela, algo bastante comum em trabalhos de um caráter “internalista” sobre a cibercultura quanto dos relatos abrangentes em que podem vir a sucumbir as abordagens da internet como um artefato

---

maneira de um diagnóstico cultural inicial, o que está acontecendo em termos de práticas emergentes e transformações associadas ao desenvolvimento tecnocientífico em ascensão”.

cultural, muito comum em pesquisas “externalistas” e, característica de muitos trabalhos sociológicos (HINE,2000, p.62). De acordo com a autora, com esse entendimento, os pesquisadores se habilitam a explorarem etnograficamente as ações e os processos da vida cotidiana presentes no ciberespaço, sem que se caia no terreno puramente das análises textuais, desse modo, abre-se espaço para trabalhos que forneçam contribuições para o entendimento das relações sociais que se constituem na esfera virtual.

Por fim, é importante sinalizar que Cristina Hine procurou não diminuir a complexidade dos fenômenos produzidos online e de suas possibilidades interpretativas ao criticar e não defender a mera “transposição” da etnografia tradicional à esfera da “comunicação mediada por computador”, nos termos propostos pela netnografia de Kozinetz (1997).

No Brasil, essa discussão sobre o fazer etnográfico nas pesquisas “da” e “na” internet encontrou ressonância, principalmente no campo da comunicação e antropologia. Segundo o antropólogo Rifiotis et al. (2012), para grande maioria dos pesquisadores na área da comunicação, sobretudo os adeptos da netnografia, a etnografia é vista como uma “ferramenta”, uma “técnica”, um “método” privilegiado para pesquisa no ciberespaço. Contudo, de acordo com esse autor, a visão que esses pesquisadores possuem os levam a reduzir “a importância da dimensão que, pode-se dizer, é constitutiva da própria teoria etnográfica: a dimensão da experiência, fundada no exercício de imersão do pesquisador nos domínios da “vida nativa” (RIFIOTIS et al. 2012, p.305).

Em um caminho oposto ao desse “ajuste”, a antropologia no ciberespaço, particularmente a defendida pelos integrantes do CrupoCiber<sup>45</sup>, sugere uma revisão reflexiva sobre os pressupostos e premissas clássicas do método antropológico, a fim de pensar estratégias e mecanismos para a realização do empreendimento etnográfico no contexto das “redes sociotécnicas” (SEGATA,2014)<sup>46</sup>.

Em 2008, influenciados pelas possibilidades teóricas e metodológicas abertas pela “teoria ator-rede” (ANT: Actor-network theory)<sup>47</sup>, defendida por Bruno Latour (2012), parte

---

<sup>45</sup>Grupo de pesquisa em ciberantropologia ligado a Pós-Graduação em Antropologia Social da UFSC, formado por nomes importantes na pesquisa antropológica em ambiente online como os antropólogos T. Rifiotis e Jean Sagata.

<sup>46</sup> Segundo Jean Segata (2014) o termo “sociotécnico” fazia alusão a duas características que coexistiam dentro das redes sociais da internet; o “sócio” fazia menção aos atores sociais envolvidos e suas práticas, e o “técnico” era composto pelo cenário, a plataforma, a internet etc. “O sociotécnico seria então um rótulo dessa síntese que entendia o sócio como conjunto humano e o técnico como o conjunto das demais coisas, não humanas” (SEGATA, 2014, p.81).

<sup>47</sup>A Teoria Ator-Rede (ANT) tem origens nos estudos da ciência e tecnologia, e tem como autores de maior expoente Bruno Latour, Michel Callon e Jhon Law. A ANT não é uma meta-teoria, tão pouco uma teoria social, ela é mais um campo de possibilidades metodológicos. Segundo Latour (2012), a ANT, metodologicamente, é uma excelente ferramenta para aqueles pesquisadores que se preocupam em “rastrear associações”, pois, por meio da construção de mapas, o pesquisador perceberá as redes de associações (LATOUR,2012).

dos antropólogos ligados ao GrupoCiber promoveram em seus trabalhos o que eles chamaram de “virada sociotécnica” da antropologia no ciberespaço. Norteados por suas leituras e interpretações das noções de “mediador” e “intermediário”, agência humana e agência não-humana, redes - todas tributárias dos escritos de Bruno Latour-, esses antropólogos propuseram a prática de uma “antropologia simétrica” (LATOURE,2012), que considerasse a atuação de entes “não-humanos” nos processos de associações presentes na comunicação mediada por computador (CMC).

Com o intuito de rastrear as redes de associações, como proposto metodologicamente pela “teoria ator-rede” latouriana, esses pesquisadores começaram a propor o que vieram a chamar de “repovoamento da cibercultura”, tarefa que seria realizada por meio da descrição etnográfica influenciada pela proposta dos “relatos ATN”, defendida por Bruno Latour (2012, p.189):

Em palavras mais simples: um bom relato ANT é uma narrativa, uma descrição ou uma proposição na qual todos os atores fazem alguma coisa e não ficam apenas observando. Em vez de simplesmente transportar efeitos sem transformá-los, cada um dos pontos no texto pode se tornar uma encruzilhada, um evento ou a origem de uma nova transição.

Esse repovoamento se daria a partir do momento em que as pesquisas antropológicas refletissem sobre a importância das agências dos objetos, pois, acreditavam que, se outrora a antropologia clássica levou em consideração o “poder mágico” de determinadas entidades não-humanas, então, por que agora, no contexto da cibercultura, não poderia considerar a capacidade de influência desses entes técnicos que compõe todo o emaranhado do contexto cibernético, como as redes wireless, computadores, fios, pixels, algoritmos e códigos numéricos? Grosso modo, o objetivo é o de superar a perspectiva de que apenas as pessoas agem nesse locus de interação, e, mais do que apenas meio de transporte de informação ou dados, esses objetos técnicos também são “actantes”<sup>48</sup> nesse contexto. Para finalizar essa seção, e, por conseguinte, esse capítulo, é necessário dizer que em certa medida que a escrita desse trabalho se encontra influenciada por grande parte das ideias expostas nessa seção, sobretudo as que dizem respeito ao “repovoamento da cibercultura” e sobre os relatos ATN.

---

<sup>48</sup> Bruno Latour (2001) se utiliza do termo “actante” para designar aqueles atores, seja humanos ou “não-humanos”, que desenvolvem ou participam diretamente de alguma ação. O termo aparece como alternativa ao de “ator social”, como o usado pelas clássicas definições da “sociologia do social”. Segundo Bruno Latour (2001, p.346), “[...] O segredo é definir o ator com base naquilo que ele faz – seus desempenhos – no quadro dos testes de laboratório. Mais tarde, sua competência é deduzida e integrada a uma instituição. Uma vez que, em inglês, a palavra “actor” (ator) se limita a humanos, utilizamos muitas vezes “actant” (actante), termo tomado à semiótica para incluir não-humanos na definição.

## 2 ENTRE AS QUATRO LINHAS DA PESQUISA: O ESPETÁCULO FUTEBOLÍSTICO E O FACEBOOK

No vocabulário de termos e gírias que costuram o tecido social do futebol profissional, quando falamos que um time vai “reconhecer o gramado” estamos nos referindo ao fato da realização de uma espécie de inspeção, feita por jogadores e comissão técnica, de parte da infraestrutura do estádio de futebol (vestiários, gramados, banco de reservas etc.) onde será realizada partida na qual a equipe atuará. Em geral, esse “reconhecimento” é feito em partidas que possuem um grau de relevância alto, como as de fases eliminatórias de competições, amistosos entre seleções etc.

Tal qual as equipes que realizam essa visita nos campos onde irão atuar, penso que seja imprescindível apontar uma espécie de moldura contextual, mesmo que bastante elementar, das linhas que perpassam os agentes como o campo desta pesquisa. Lanço mão dessa analogia para iniciar este capítulo, pois, como nos alerta Bruno Latour (2012, p.240) “[...] é perfeitamente lícito dizer que qualquer interação parece superabundar em elementos que já se encontram na situação, elementos vindos de outro tempo, de outro lugar e gerados por outra mediação”.

Destarte, nas próximas linhas tentarei esboçar particularidades do cenário onde as interações sociais de meus interlocutores, de certa maneira, encontram-se inseridas. Por mais que o foco deste estudo esteja distante de análises conjunturais sobre o fenômeno do engajamento clubístico, penso ser relevante levar em consideração as linhas simbólicas – mas não menos materiais - que costuram os atores e o próprio campo da minha pesquisa.

### 2.1 Torcedores e o futebol: olhares acadêmicos

O futebol em seus primórdios emergiu como um interessante e aglutinador momento/espço de lazer, tanto no seu despontar na Inglaterra quanto em seu desembarcar no Brasil, neste último, nas bagagens dos filhos da aristocracia local que retornavam de temporadas de estudos na Europa como também nas de marinheiros e imigrantes que aportavam em terras brasileiras, como nos revela a historiografia sobre o tema. Ao acompanhar os processos históricos de desenvolvimento societal, sejam eles tecnológico, econômicos, morais, éticos etc., este desporto transcendeu o caráter restritivamente lúdico.

Imbricado em uma complexa “rede de relações de interdependência” (ELIAS, 2001), composta por diversos agentes e agências, com desdobramentos econômicos e simbólicos em vários setores da sociedade, o “futebol profissional”<sup>49</sup> conseguiu com o passar dos anos tornar-se um fenômeno sociocultural de abrangência global<sup>50</sup>, ganhando espaço de destaque dentro da indústria esportiva – espécie de subproduto ou ramificação da “indústria cultural” (ADORNO, 2000) – tornando-se um “símbolo da cultura brasileira” (DAMATA et al, 2010).

Entre as décadas de 60 a 80, inspirados por uma leitura tanto quanto reducionista do marxismo, e embasados por um viés da teoria crítica da Escola de Frankfurt, alguns autores começaram a analisar o processo de profissionalização dos desportos, inclusive do futebolístico, como um produto da cultura competitiva e do individualismo exacerbado, elementos cada vez mais presentes na sociedade graças a existência de uma ideologia dominante e notadamente burguesa.

Foi apenas na década de 80 que as ciências sociais no Brasil começaram a sistematizar uma produção sobre a irradiação do futebol em nossa sociedade. Segundo o antropólogo Luiz H. de Toledo (2002) esses trabalhos tinham em comum tanto o fato de se distanciarem da tese do futebol ser “o ópio do povo”, quanto pelo fato de compartilharem da hipótese que a passagem do amadorismo para profissionalização desse desporto estava correlata ao próprio processo de urbanização das cidades brasileiras.

Boa parte dos estudos que sustentavam essa proposição seguiam o esteio da teoria elisiana e sua perspectiva “configuracional”. Em síntese, os sociólogos Norbert Elias e Eric Duning, no livro “Em Busca da Excitação” (1992), elaboraram uma “sociogênese” do desporto moderno, focando no processo de transição pelo qual passou os “jogos lúdicos” europeus até chegarem a sua condição “moderna” de “esporte”. A tese sustentada pelos autores nessa obra é a de que esse processo não é um mero produto de um “processo civilizador” mais global, porém, ele faz parte da “rede de interdependência” que engendra um tipo de macroprocesso que seria atravessado por várias outras configurações sociais.

---

<sup>49</sup> Utilizo-me das aspas nesse momento por duas razões, primeiro para evidenciar uma categoria bastante presente em minha pesquisa, a qual muito de meus interlocutores fazem menção, como também para demarcar claramente qual prática futebolística (a profissional e não amadora) irei fazer referência ao decorrer deste texto. Ao longo do texto o termo poderá vir substituído por “futebol espetacularizado”, “futebol de espetáculo”, “futebol profissionalizado” e “espetáculo futebolístico”, sem a presença das aspas.

<sup>50</sup> Não tive acesso a dados de pesquisas, mas a mídia de massa, seja brasileira, seja internacional, incorporou a algum tempo um discurso que eleva o futebol a esporte mais visto e praticado no mundo. Segundo certos veículos de comunicação que endossam tal posicionamento, são mais de 3 bilhões de espectadores e praticantes da modalidade ao redor do mundo. Disponível em: < <https://goo.gl/Rol254>> Acesso em 24/12/2016

De acordo com Toledo (2002), outros estudos no Brasil, sobretudo os antropológicos, preocupavam-se em analisar o viés ritual do esporte, particularmente enfocados no caráter “dramático” do desporto. Entre essas produções figuram os trabalhos realizados pelo antropólogo Roberto DaMatta (1982,1994), nos quais o autor fez uso da noção de “drama”<sup>51</sup>. No final da década de 90 e decorrer dos anos 2000 o campo de estudo sobre o futebol foi sendo alargados paulatinamente de acordo com as refrações que espectro esportivo do futebol lançava sobre a sociedade.

Uma miscelânea de trabalhos criativos e inovadores foram enriquecendo a literatura da área. Essas novas produções faziam referência a temas como a circulação de atletas brasileiros no mercado globalizado do futebol (Cf. RIAL,2009), ao fenômeno do “pertencimento clubístico” e formação das “identidades clubísticas” (Cf. DAMO 2007,2012,2014), as dinâmicas das disputas entre clubes e sua influência, assim como a da grande mídia, na identificação clubista do torcedor (Cf. VASCONCELOS, 2016), a vida dos atletas de futebol após o encerramento da carreira de jogador (Cf. ROGÉRIO, 2014), aos “atos desinteressados” dos torcedores (Cf. GADELHA, 2012) etc.

Todavia, julgo que dentro desse alvorecer de novas temáticas, uma recebeu maior relevo dentre as demais e inaugurou um campo próprio de pesquisa; refiro-me as que tratam do fenômeno do hooligamismo no futebol, em outros termos, sobre os conflitos e a violência simbólica e material que orbitavam em torno do campo das torcidas organizadas (Cf. TOLEDO 1996; PIMENTA, 2000; DIÓGENES 2003; RIBEIRO, 2011).

Os fluxos das variadas transformações societárias que atravessaram e continuam atravessando o futebol brasileiro são marcados, entre outras coisas, pela influência de novos elementos que emergiram nesse universo, como, por exemplo, a internet, o computador e o Estatuto do Torcedor (2010)<sup>52</sup> etc. Além disso, o surgimento de figuras importantes como é o caso do sócio torcedor e seu congênere o “torcedor-consumidor” (TOLEDO, 2010) também imprimiram novas dinâmicas para esse campo de relações sociais. Essas mudanças afetaram profundamente não só as estruturas econômicas e simbólicas do esporte, como influenciaram a relação de engajamento do torcedor com seu clube do coração. Diante desse dinamismo, algumas questões foram ganhando oxigenação e se tornando cada vez mais pertinentes aos olhos das ciências sociais, sobretudo, da sociologia e antropologia.

---

<sup>51</sup> Para Da Matta, o esporte figuraria como evento privilegiado por meio do qual os atores sociais fariam de uma forma ritualizada e “dramatizada” sobre sua sociedade. O futebol era, por excelência, um fenômeno que comunicaria à nós mesmos quem seríamos de fato; falaria de nossa história, de nossas estruturas e hierarquias etc.

<sup>52</sup> Uma peça jurídica que entrou em vigor em 2010, e elaborada após uma série de debates entre poder judiciário e legislativo e os clubes brasileiros que visa garantir os direitos e expressar os deveres do torcedor brasileiro.

Problematizações sobre a manutenção das estruturas socioeconômicas e simbólicas dos diferentes circuitos nos quais se encontram inserido o “futebol de espetáculo”<sup>53</sup> (DAMO, 2007,2014), inquietações sobre a atuação e agência dos atores envolvidos nesse contexto – sejam eles profissionais da imprensa esportiva, atletas, torcedores ou instituições reguladoras, como FIFA e federações locais -, e, aquela que é a mais imprescindível para esta pesquisa, a fidelidade torcedora, sustentáculo maior de todo o empreendimento futebolísticos, seja em termos econômicos ou simbólicos.

Contudo, como não tenho o propósito de esgotar anos de literatura sobre o assunto, esse breve levantamento bibliográfico cumpre o papel de fornecer apenas cintilações sobre como a temática vem sendo abordada pela classe acadêmica brasileira. Dessa forma, na próxima seção deste capítulo, irei me ater mais detalhadamente ao fenômeno esportivo e os engendramentos que levam ao que chamo de engajamento clubístico.

## 2.2 O Jogo, o esporte e o torcedor: engajamentos e identificações

Ao iniciar, tanto a revisão de literatura quanto a pesquisa de campo propriamente dita muitos termos nativos e tantos outros academicamente elaborados eram bastante familiares para mim. Todavia, essa minha prévia ambientação não me gabaritava a ultrapassar os limites do senso comum quando o assunto se referia às motivações do engajamento clubístico. A chamada “paixão clubística” transcende qualquer racionalidade aparente; “a vontade de torcer, de vibrar junto com a torcida [...] não é da natureza dos entendimentos racionais”, como nos lembra Diógenes (2003, p.83).

É lícito afirmar, tendo em vista o consenso presente na literatura sobre o assunto, que esse engajamento do torcedor, para com um ou mais clubes, é um dos catalizadores que movimentam e preenchem de sentido o campo futebolístico. Existem uma numerosa bibliografia, principalmente antropológica, que nos fornece valiosas pistas e hipóteses para compreender como se engendra o “pertencimento clubístico” (DAMO, 2014) na sociedade brasileira. A maioria desses estudos parte do entendimento que o futebol profissional e seu

---

<sup>53</sup> O antropólogo Arlei S. Damo, em sua tese “Do dom à profissão: a formação de futebolistas no Brasil e na França” (2007), vencedora do prêmio de Melhor Tese de Doutorado Anpocs 2006 que gerou sua publicação, nos traz a perspectiva do “futebol de espetáculo” como sendo uma variante dos tipos de “futebóis” praticados e apreciados mundo a fora (jogos de torneios de várzea – em um dialeto mais cearense podemos chamar de “subúrbio” – e peladas em momentos de lazer são bons exemplos de tipos de “futebóis”). Além disso, o “futebol de espetáculo” arregimenta um numeroso público, mobiliza uma rede de agentes – federações, profissionais, mídia, torcedores etc., engloba questões políticas, estéticas, culturais, sociais e econômicas, apresenta-se ao mesmo tempo como um mercado simbólico em si (DAMO, 2007).

caráter “espetacularizado” , assim como outros desportos profissionais, em sua essencialidade, é “jogos”, e um de caráter “disjuntivo”<sup>54</sup>.

Sigo o pressuposto que o “jogo”<sup>55</sup> - seja de cartas ou de vôlei - é antes de tudo um fenômeno cultural, e como tal é relacional e contextual. De acordo com Johan Huizinga (2000), do qual tomo de empréstimo algumas premissas, o “jogo” é manifestação de ludicidade em sua essência, onde múltiplos elementos e sentimentos como excitação, frustração, risos e lágrimas são matizados por regras e espaços pré-estabelecidos, e com isso conseguem reunir uma certa coletividade.

Segundo Huizinga (2000, p.16), o “jogo” poderia "representar uma luta, ou, então, se torne a luta para melhor representação de alguma coisa", seguindo esta perspectiva, o autor de “Homo Ludens” (2000) acredita que o fenômeno do jogo pode ser ora atividade lúdica que extrapola a rotinização da vida diária (das relações de trabalho, por exemplo), ora pode dotar-se de seriedade, tendo em vista que “A identificação platônica entre o jogo e o sagrado não desqualifica este último, reduzindo-o ao jogo, mas, pelo contrário, equivale a exaltar o primeiro, elevando-o às mais altas regiões do espírito” Hunzinga (2000, p.23). Entretanto, diferente do que defende Huizinga, penso que, assim como Roger Caillois (1990)<sup>56</sup>, o valor dado ao elemento “competição”, o qual para Huizinga era o que diferenciava o “jogo puro” da atividade desportista moderna, é determinante para a manutenção do engajamento do público desses eventos, sejam simples jogos amistosos ou finais de competições internacionais.

Restringindo-nos ao universo futebol espetacularizado, é notório que o elemento competição esteja presente desde a fundação do desporto, e, definitivamente, foi exacerbado com o advento de sua profissionalização. Para uma partida de futebol ser efetivada, seja amadora ou profissional, é necessário, fundamentalmente, dois lados dispostos a participar da peleja e que estejam cientes das regras do jogo. Cada lado envolvido não representa somente emblemas de clubes ou seleções, tampouco apenas demarcações territoriais, representam o que

---

<sup>54</sup> Uma partida de futebol é frequentemente associada, sobretudo na literatura antropológica, a um “ritual disjuntivo” (DAMO,2007). Para discutirem tal correlação, a maioria dos autores que se utilizam de tal comparativo recorrem a comparação entre ritual e jogo feita por Lévi-Strauss (1989). Dito isto, acredito não ser tão urgente tampouco capital essa discussão para esse texto, tendo em vista que esse é um debate consolidado na arena antropológica que trata do tema do futebol (Cf. TOLEDO,2002; DAMO,2007,2012).

<sup>55</sup> Muitos intelectuais importantes como Bourdieu (2009) e Elias (1998) já fizeram analogias utilizando-se do fenômeno “jogo”, incluindo o de futebol, para pensar as dinâmicas sociais que norteiam as práticas dos indivíduos em seus campos sociais e respectivas configurações.

<sup>56</sup> Posterior a Huizinga, Roger Callois (1990) foi um intelectual que se preocupou em tipificar os tipos de jogos. Diferente de Huizinga, Callois acreditava que a competição era um motor para toda e qualquer jogo, “(...) O gosto pela competição, a busca da sorte, o prazer da simulação e a atração pelo vertiginoso surgem como os principais motores dos jogos, mas a sua ação embrenha-se completamente na vida das sociedades [...]” (CALLOIS, 1990, p.87)

Damo (2012, p.64) chamou de “comunidades de sentimento”, coletivos de torcedores que se reivindicam pertencentes a uma mesma coletividade social, ou, em termos mais nativos do campo futebolístico, cada lado representa uma torcida. Por sua vez, essas torcidas participam do que considero ser e chamo de um jogo específico, um jogo de identificações.

Ao falar de “identificação” (HALL, 2007)<sup>57</sup> estou me reportando ao fato de que no universo do futebol de espetáculo é comum o torcedor se auto reconhecer como parte do clube, ou como a crônica esportiva costuma proferir “a torcida é o décimo segundo jogador” (nós/nosso), analogia que se estende ao oponente, e que se encontra tanto no gramado como nas arquibancadas (eles), um “eu” representado pelo “nós” que está em campo contra um “eles” que está tanto em campo como do outro lado da arquibancada, por exemplo. É nesse momento de identificação com o clube que se opera a diferenciação básica entre os torcedores, “nós” e “eles”, por sua vez, esse processo é parte essencial da constituição da figura do torcedor de um clube, pois, como apregoa alguns trabalhos nas ciências sociais sobre as questões referentes a processos indenitários<sup>58</sup>, as “identidades” operam “[...] por meio da *différance*, ela envolve um trabalho discursivo, o fechamento e a marcação de fronteiras simbólicas, a produção de ‘efeitos de fronteira’. Para consolidar o processo, ela requer aquilo que é deixado de fora – o exterior a constitui” (HALL, 2007, p.106).

A partida de futebol é o clímax desse jogo, é nela onde o torcedor oblitera seu ceticismo e adota sua fé agnóstica. Contudo, esse jogo não se encerra no apito final do árbitro. Por uma espécie de “procuração simbólica”, o torcedor deposita sua fé no time<sup>59</sup> que entra em campo incumbido de representar em duelo “mimético”, como aduzido por Elias (1992), as cores e história daquele que é o objeto de devoção: o clube. No universo futebolístico profissional a vitória de seu time é um objetivo importante, mas, antes de mais nada, o “meio” pelo qual se

<sup>57</sup> Para Stuart Hall (2007, p.106), o conceito de “identificação” reportaria a “uma construção, como um processo nunca completado – como algo sempre ‘em processo’”.

<sup>58</sup> O debate em torno do termo “identidade” é um tanto complexo dentro da seara das Ciências Sociais. Atualmente, muito devido ao avanço dos chamados “estudos culturais” e as contribuições pertinentes da Antropologia, fala-se de “identidades”, “processos indenitários”, “identificação”, “pertencimentos” e “alteridades”, contudo, como não me proponho, particularmente nesta dissertação, a realizar uma exegese do percurso desse debate, evidencio que minha concepção sobre os processos indenitários é creditada a autores como Stuart Hall (2007), Anthony Giddens (2003) e Kathryn Woodward (2000), os quais, cada qual a sua maneira, compreendem que os processos indenitários que atravessam os atores sociais, além de dinâmicos, estão implicados ao mesmo tempo pela estrutura social (sociedade) como pela trajetória individual (subjetividade) de cada sujeito.

<sup>59</sup> Assim como outros pesquisadores já fizeram, é imprescindível diferenciar o termo “time”, que por vezes chamarei de “equipe” ou “plantel de atletas”, do termo “clube”. O primeiro faz referência ao coletivo de profissionais que atuam na partida representando determinada agremiação, como jogadores e comissão técnica, por outro lado, o segundo, nas palavras de Damo (2012, p.38) é um “ente com dupla existência, é uma entidade de natureza político administrativa [...] Sob uma outra perspectiva, é o clube é uma entidade simbólica. Ele adquire concretude num time, num estádio, em uma torcida [...]”. Nesse sentido, para clarear essa dicotomia, é lícito afirmar que a história de um clube é composta, dentre outras coisas, por vários times.

atinge tal resultado precisa ser permeado por demonstrações de “garra”, “raça” e “vontade de vencer” em campo, enfim, “jogar bonito” - jargões cristalizados no imaginário coletivo do torcedor, explorados em exaustão pela imprensa esportiva em suas crônicas - representa o desejo básico do aficionado.

No entanto, apesar do legítimo mérito da perspectiva elisiana sobre o desporto moderno de interpretar o jogo de futebol como capaz de mimetizar emoções e dramaturgicamente sinalizar identidades e alteridades, esse pensamento não consegue abarcar a progressiva autonomização que o campo futebolístico galgou ao longo do tempo e, pois, apresenta lacunas quando se refere a multifacetada dinâmica simbólica que fomenta disputas, conflitos, construções identitárias e engajamentos, e, por sua vez, preenche de sentido esse esporte<sup>60</sup>.

### 2.2.1 Competições: o lado litúrgico do futebol

O universo do futebol espetacularizado pode ser legitimamente compreendido como uma espécie de mercado de bens que mesclam em si valores econômicos e simbólicos. Todavia, esse campo e o “clubismo futebolístico” (DAMO, 2012) que orbita em torno dele não estão pairando na aleatoriedade, mas estão circunscritos em estruturas de variadas competições, como campeonatos nacionais, estaduais, torneios internacionais, da mesma forma que torneios envolvendo seleções que representam diferentes países do globo.

Assim como os adeptos de religiões precisam de suas datas comemorativas, rituais litúrgicos; os militantes de partidos políticos de suas conferências e assembleias; o engajamento clubístico, em geral, está em constante exercício; o torcedor vai aos jogos, os assiste pela TV, ele escuta notícias pelo rádio, vê matérias de portais eletrônicos, conversa com os amigos correligionários da mesma paixão clubística em um grupo online, ele compra um material esportivo com os símbolos do clube, defende sua agremiação em uma conversa cotidiana com um conhecido – ou até desconhecido – torcedor de outro clube etc.

Esse engajamento clubístico é acima de tudo um engajamento praticado, e o é de diferentes maneiras, por meio de diversos procedimentos. Contudo, mesmo diante da multiplicidade de suas realizações práticas, esses procedimentos torcedores são em grande medida guiados por “regras” que garantem o funcionamento do sistema de representações no qual atua esse engajamento clubístico, nomeado por Damo (2012, p.71) como “clubismo”:

---

<sup>60</sup> Para uma reflexão mais acurada sobre a insuficiência da perspectiva elisiana sobre o desenvolvimento do desporto e sua prática nos tempos atuais, (C.f TOLEDO,2002; DAMO, 2007,2012).

O clubismo é um sistema de representações estruturado, de forma que o indivíduo, ao tornar-se torcedor, é capturado por códigos que orientam seu comportamento e moldam sua sensibilidade. Não convém exagerar no peso coercitivo deste sistema, mas é fato que ele funciona a pleno quando as regras são respeitadas.

Basicamente, como a literatura antropológica sobre o assunto já versou, existem dois “circuitos” de competições presentes no contexto do futebol de espetáculo; um deles é referente ao que Damo (2012, 2014) chamou de “nacionalismo futebolístico”, que diz respeito aos jogos internacionais, geralmente organizados e tutelados pela FIFA, disputados entre seleções representantes de países. O segundo circuito presente no itinerário dos clubes e torcedores, possui maior regularidade, em geral, ocorre de forma anual, e trata dos torneios entre equipes do mesmo país (competições nacionais) ou países diferentes (competições internacionais), e no caso do futebol brasileiro, trata também de disputas locais, como os torneios regionais e locais (estaduais).

Ao se reivindicar como torcedor de um clube (ou até mesmo a mais de um), o aficionado clubístico mobiliza uma espécie de identificação torcedora que, automaticamente, devido aos processos de construções identitárias que estão virtualmente presentes nas estruturas simbólicas do campo futebolístico, acaba estabelecendo uma demarcação de diferença em relação aos torcedores de outros clubes. É nesse momento que o torcedor, por conseguinte, se identifica pertencente a um coletivo maior, a torcida de seu (s) time (s), uma espécie de “nós”, enquanto todo aquele que pertence a outra torcida são reconhecidos como os “outros”.

Para efetivar e tornar prática essa diferenciação entre identificações torcedoras é preciso de um contexto, que no caso é o dos jogos que ocorrem durante as competições futebolísticas. Quando um time se consagra campeão de uma dessas competições, os torcedores do clube a qual a equipe campeã representa, são agraciados, dentro das estruturas simbólicas referentes ao campo do futebol, com o direito de se regozijar perante os outros. Do mesmo modo, os torcedores de equipes penalizadas com desclassificações em fases eliminatórias ou rebaixamentos de divisões<sup>61</sup>, por seu insuficiente desempenho, são alvo de injúrias, jocosidades e deprecições, garantidas pelas mesmas lógicas simbólicas que atravessam esse campo.

---

<sup>61</sup> Cada competição possui regulamentos próprios, muitas vezes semelhantes entre si, muito devido ao fato de seguirem orientações das federações mais importantes, como internacionalmente FIFA e nacionalmente CBF. Estão nesses regulamentos as “punições” para os clubes que não atingirem um desempenho satisfatório. No caso do futebol brasileiro, os “rebaixamentos” de divisões são tidos como as penalizações máximas, tendo em vista que existe uma complexa hierarquia, simbólica e financeira, que diz respeito a essas estratificações chamadas de séries (série A, B, C e D).

Acompanhar o desempenho da equipe que representa seu clube nas mais diferentes competições, em especial as que possuem um maior apelo midiático, pois tem um valor simbólico e econômico diferenciado<sup>62</sup>, é de fato uma prática torcedora encarada por muitos deles como uma espécie de “dever moral”. Vindo bem ou mal nos campeonatos, é importante para muitos deles estar sempre bem informado, seja por programas radiofônicos, por peças jornalísticas vinculadas no jornal impresso ou nos programas televisionados, e até mesmo em grupos nas mídias sociais.

De fato, as dinâmicas das competições<sup>63</sup>, as performances dos times em campo, os resultados dos jogos etc., para além de oxigenarem todo o espectro simbólico do futebol espetacularizado, acabam interferindo diretamente na emoção dos torcedores e, por conseguinte, na performance torcedora, como sintetizou Diógenes (2003, p.83), “O futebol torna-se, fundamentalmente, um espetáculo que faz emergir emoções, representações, estilos, atitudes, corpos que pareciam viver subterraneamente”.

Independentemente do nível de engajamento clubístico no qual o torcedor se encontra, seja ele categorizado pelo imaginário do futebol como fanático<sup>64</sup>, seja ele um inveterado assíduo das arquibancadas ou das partidas televisionadas, geralmente, em boa parte deles, é comum a preocupação de acompanhar o desempenho das equipes que entram em campo representando as cores e história do seu clube. Com a intensificação do uso das redes sociais da internet, tanto torcedores como os próprios clubes ganharam mais um espaço social para sua interação. Um desses espaços é o próprio Facebook, campo empírico desse estudo, e que será melhor analisado no próximo tópico.

---

<sup>62</sup> É comum no futebol de espetáculo mundial alguns times participarem de mais de um campeonato na mesma época do ano. Contudo, nem toda competição possui o mesmo “peso”. Algumas delas são consideradas de menor relevância por uma série de fatores, como valores e tipos das premiações, tempo de sua existência etc., com isso arregimentam um menor apelo midiático e menos atenção por parte da maioria dos torcedores.

<sup>63</sup> No caso do futebol profissional brasileiro, a CBF (Confederação Brasileira de Futebol), a entidade máxima do desporto nacional, e as federações estaduais estipulam regras específicas para cada torneio. Nessas regras estão inclusos sistemas de premiações para os times com melhor desempenho e penalizações para aqueles que tiverem desempenho insuficiente.

<sup>64</sup> O fanatismo clubístico possui um caráter ambivalente, ora é visto com valorização, sobretudo entre seus pares torcedores, ora é visto de forma pejorativa, pelos demais membros da sociedade, incluindo outros torcedores. O torcedor fanático, em linhas gerais, seria aquele que abre mão da racionalidade convencional para viver seu engajamento clubístico ao pleno, em termos mais literários, o fanático, como magistralmente descreveu o escritor uruguaio Eduardo Galeano (2014, p.08) “[...] é o torcedor do manicômio. A mania de negar a evidência acaba fazendo que a razão e tudo que se pareça com ela afundem, e navegam à deriva os restos dos naufrágios nestas águas ferventes, sempre alvoroçadas pela fúria sem tréguas.

### 2.3 O Facebook

No dia 28 de outubro de 2003 um estudante universitário de Harvard, juntamente com alguns colegas de campus, lançou na internet um website chamado de Facemash. A principal característica desse site consistia na possibilidade de seus visitantes votarem, a partir de fotografias de estudantes apresentadas lado a lado, nas pessoas mais atraentes; as fotos eram oriundas da base de dados de identificação dos alunos daquela universidade; nas primeiras quatro horas online o website registrou em torno de 450 visitas e cerca de mais de 20 mil visualizações (CORREIA; MOREIRA, 2014).

Depois de alguns dias em atividade, o Conselho Administrativo de Harvard desativou o site alegando quebra nas regras de segurança dos sistemas informacionais da universidade e ataque a privacidade dos estudantes. O responsável pela criação do software era um estudante, do segundo semestre do curso de psicologia, que correu o risco de ser expulso da universidade devido as acusações de quebra de sigilo informacional. Em janeiro de 2004, o estudante de psicologia, Mark Zuckerberg, voltou a criar um novo código para outro website, dessa vez, um que respeitasse as regras de privacidade e segurança exigidas pelo Conselho Administrativo universitário.

Em 2005, TheFacebook não era mais apenas um software experimental, graças a colossal adesão do público universitário estadunidense, o site foi abrindo suas portas tanto para outras redes universitárias, do país e de fora dele, como para conglomerados empresariais. Nesse mesmo ano, após uma negociação financeira comum ao rentável mercado de venda de programas e de inovações do campo das tecnologias digitais da comunicação e informação (TDIC's), o nome TheFacebook foi alterado para simplesmente Facebook. No ano seguinte, em 2006, visando alargar ainda mais suas redes de conexão e com isso o número de seus usuários, o site permitiu que qualquer usuário acima de 13 anos de idades que possuísse uma conta de email pudesse fazer o cadastro e participar da “rede social” Correia; Moreira (2014). 2008 foi o ano que os brasileiros começaram a conhecer o Facebook com mais propriedade, como apontam algumas matérias jornalísticas<sup>65</sup>.

---

<sup>65</sup> “10 anos de Facebook: a história e as transformações da rede social”. TecMundo, Rio de Janeiro. Disponível em < <https://goo.gl/g5piQN>>. Acesso em 23/03/2016.

Figura 1 - Uma das primeiras interfaces do Facebook<sup>66</sup>



Em 2011, o Facebook já estava disponível para mais de 70 línguas diferentes, e contava com escritórios e sedes em diferentes países, incluindo o Brasil. Em 2014, o valor de mercado da rede social digital atingiu a marca de 195 bilhões de dólares, chegando ao mesmo patamar de consagradas empresas do mercado da tecnologia e patentes, como a gigante estadunidense, IBM, que na mesma ocasião era avaliada em 197 bilhões de dólares<sup>67</sup>. O alto valor de mercado, atribuído a um produto que se diz “gratuito” como promulgado em sua própria página inicial - “É gratuito e sempre será” Facebook (2015), se deve a uma série de fatores que não pretendo explorar aqui, pois essa discussão passa ao largo do escopo deste capítulo, mas tomo a liberdade de indicar um desses elementos que influenciam diretamente nesse cenário: o elevado valor de arrecadação com publicidade<sup>68</sup>.

Em termos de mercado econômico, o Facebook é o “carro chefe” de uma grande corporação empresarial transnacional do ramo das tecnológicas da informação, e, sem ressalvas, pode ser entendido como um produto extremamente lucrativo para seus investidores que estão preocupados em atualizar constantemente as funcionalidades do seu produto e o colocando em contato direto com as novas tendências da sociedade<sup>69</sup>, notadamente, visando

<sup>66</sup> Fonte: Imagem retirada da internet. Disponível em < <https://goo.gl/A3ups8>>. Acesso em 20/06/2016.

<sup>67</sup> “Facebook surpreende e já encosta na IBM em valor de mercado”. EXAME.COM, Rio de Janeiro. Disponível em < <https://goo.gl/nznMYK>>. Acesso em 29/05/2016.

<sup>68</sup> A arrecadação com publicidade é outro elemento que agrega valor de mercado ao website; no Brasil, por exemplo, atualmente o Facebook recebe mais dinheiro de publicidade do governo federal do que veículos tradicionais da grande mídia. Disponível em: < <https://goo.gl/y8yTZn> > Acesso em 26/11/2016.

<sup>69</sup> Um bom exemplo dessas constantes atualizações, por parte da empresa, podemos citar o desenvolvimento de aplicativos compatíveis a dispositivos móveis, que possibilitam o acesso por meio celulares, smartphones e tablets, sem que precise algum navegador. Essa preocupação segue o esteio da própria conjuntura internacional que é de avanço das tecnologias de internet móvel e o aumento de seus usuários em todo mundo.

manter e até mesmo aumentar a alta lucratividade de seu investimento, seguindo as lógicas mercadológicas do sistema econômico preponderante de nossa época, o capitalismo financeiro.

Atualmente, bilhões de pessoas em todo mundo acessam diariamente essa “rede de redes”; curtem fotos, compartilham textos, notícias, veem vídeos, fazem comentários em postagens, participam de grupos etc., seja por meio de computadores ou dispositivos móveis<sup>70</sup>, como celulares, smartphones e tablets etc. Para além das dimensões alcançadas pela “rede social” criada por Zuckerberg e seus companheiros de campus, é importante ressaltar que essa rede social digital é um dos diversificados produtos de nosso tempo; época de economias transnacionais, de hiperconetividade, tempo onde relações humanas são feitas e desfeitas sem que seja necessário que os atores envolvidos tenham tido o mínimo contato presencial, manifestações sociais e atos políticos são organizados e debatidos, sejam eles organizados por militantes, descontentes com as medidas tomadas por um governo, seja eles torcedores insatisfeitos protestando contra o mal desempenho do clube.

### 2.3.1 Funcionalidades do Facebook: feeds, curtidas, grupos e círculos de interesse

“O Facebook ajuda você a se conectar e compartilhar com as pessoas que fazem parte da sua vida”, esta é a frase que, em meio a um layout composto por diferentes tonalidades de azul, está há mais de dez anos presente na página inicial e apresenta de forma minimalista a mídia social digital que possui bilhões de usuários acessando-a diariamente ao redor do mundo, o Facebook.

Particularmente, criei minha conta no Facebook no primeiro semestre de 2011, conta essa que mantenho até os dias atuais e que utilizei para realização desta pesquisa. Atualmente, a maneira de se realizar o cadastro se mantém a mesma de anos atrás: o pretense usuário precisa ir até a página inicial do site, preencher alguns campos com informações pessoais básicas, como nome e sobrenome, telefone ou endereço de email, data de nascimento e sexo. Logo em seguida a realização do preenchimento dos dados, abaixo do último item a ser respondido, em um retângulo verde encontra-se o botão virtual de “Abrir uma conta”. Todavia, entre as últimas lacunas a serem preenchidas e o botão virtual que finaliza a criação de uma nova conta, existe um texto, escrito em letras menores que destoam das demais palavras

---

<sup>70</sup> No Brasil, por exemplo, a maioria dos usuários o acessam por meio de dispositivos móveis. Fonte: “Facebook revela dados do Brasil na CPBR9 e WhatsApp 'vira ZapZap'”. G1.com, Rio de Janeiro. Disponível em < <https://goo.gl/uWLQ3g>>. Acesso em 27/04/2016.

presentes naquela interface inicial tanto em tamanho como modelo de fonte: “Ao clicar em Abrir uma conta, você concorda com nossos Termos e que leu nossa Política de Dados, incluindo nosso Uso de Cookies. Você pode receber notificações por SMS do Facebook e pode cancelar o recebimento a qualquer momento” (FACEBOOK, 2015)<sup>71</sup>.

Após a realização do cadastro, o usuário adquire um perfil com o nome com o qual fez a inscrição no domínio do site. Antes de iniciar as interações na plataforma, o novo membro começa a formatar esse perfil, fornecendo ao site informações pessoais como fotos para identificação, dados sobre estado civil, moradia e informações profissionais, bem como preferências cinematográficas, musicais e literárias. Fica a critério do usuário a veracidade dos dados que irá fornecer, podendo ele construir um perfil legítimo, com informações verídicas, ou um perfil fake<sup>72</sup>, com dados inverídicos sobre si.

Depois de realizado esse processo, em um segundo momento, normalmente, dá-se o início o envio como também o recebimento de “pedidos de amizade”<sup>73</sup>, indicados pelo próprio Facebook a partir dos dados que ele já disponibiliza sobre você. Essas indicações seguem uma lógica de proximidade relacional, as pessoas que são apontadas pelo site como possíveis amizades normalmente são pessoas que mantêm alguma proximidade cotidianamente com o dono do perfil, como amigos, familiares, vizinhos etc.

Dessa forma, quanto mais a lista de amigos cresce, mais notificações<sup>74</sup> o usuário recebe. Convites para eventos datas de aniversários de amigos, respostas e comentários em suas publicações, comunicado de marcações<sup>75</sup> de seu perfil em publicações de terceiros etc. Com o passar do tempo, quanto mais pessoas estiverem incluídas no círculo de interação do usuário, mais registro de publicações aparecem no seu feed<sup>76</sup> de notícias.

---

<sup>71</sup> Ao criar uma conta no Facebook, o usuário aceita inúmeros termos de compromisso e condições para fazer parte dessa rede sociotécnica, entre eles, alguns são bastante controversos e geram inúmeras críticas, sobretudo por parte de especialistas e militantes ciberativistas, como exemplo podemos citar a permissão de venda de certos tipos de informações pessoais de seus usuários.

<sup>72</sup> Os fakes são perfis falsos. Não existe nenhuma impossibilidade técnica presente no website que impeça a criação de um perfil desse tipo. Contudo, o fake é usualmente visto com desconfiança e recharçado por uma boa parte dos usuários.

<sup>73</sup> Fazer um pedido de amizade no Facebook consiste em enviar esse pedido a outro usuário que ainda não consta na sua lista de amigos. O destinatário pode aceitar, recusar, ignorar ou simplesmente adiar o aceite.

<sup>74</sup> Nome dado pela plataforma para os avisos de atualizações de seus contatos, como fan pages, amigos ou eventos. Seu ícone fica localizado no canto superior direito da tela, e conta com o símbolo de um globo.

<sup>75</sup> Uma funcionalidade que permite um usuário marcar o nome do perfil de outro em alguma publicação que queira. Essa funcionalidade pode ser bloqueada caso o dono do perfil configure, na parte de seguranças, para não permissão de tal atividade.

<sup>76</sup> O feed é a lista das ações e atualizações feitas por todos os amigos presentes no perfil do usuário (atualizações como alterações de perfil, publicações, convites para eventos, aviso de aniversários etc). O feed de notícias mostra ainda os diálogos mantidos publicamente entre os murais de amigos do utilizador.

Efetuada as ambientações iniciais, o usuário tem diante dele uma infinidade de possibilidades interativas. Ele pode compartilhar links em sua timeline<sup>77</sup>, seguir as fan pages<sup>78</sup> que lhe apeterem, realizar comentários, enviar curtidas ou reações nos posts que tiver acesso, criar eventos, receber ou solicitar convite de participação em grupos<sup>79</sup> de discussão, ou até mesmo criá-los. Enfim, muito do sucesso e da longevidade do Facebook deve-se, para muitos especialistas, a essa enorme versatilidade e suas constantes atualizações.

Passados os primeiros anos de ambientação, pessoalmente, ao que diz respeito a minha vivência enquanto “nativo” da plataforma, eu já contava com uma extensa quantidade de amizades digitais, muitos deles próximos e presentes diariamente em meu cotidiano. Entretanto, não demorou muito para que eu pudesse perceber que as notícias que chegavam em meu feed seguiam uma lógica que necessariamente não dependia diretamente da minha escolha voluntária.

### 2.3.2 A “bolha” do Facebook: os algoritmos e os multipertencimentos

No começo do ano 2015, com intuito de aprender um pouco mais sobre o campo empírico de minha pesquisa, empreendi uma breve incursão em leituras sobre configurações técnicas do Facebook. Vasculhei em blogs, fóruns da internet especializados no assunto e, juntamente a isso, procurei na literatura acadêmica, sobretudo a voltada às ciências sociais, trabalhos que me fornecessem subsídios para entender melhor a “magia da interação” proporcionada pelo Facebook. Entre as inúmeras produções que encontrei, me deparei com a do pesquisador Ronaldo Lemos (2014), um dos responsáveis pela elaboração do Marco Civil da Internet do Brasil<sup>80</sup>, autor que segue a seguinte perspectiva:

---

<sup>77</sup> Traduzido para o português, timeline significa “linha do tempo”. O recurso implementado no ano de 2011 organiza as publicações do usuário de acordo com sua cronologia. É a parte onde fica visível as publicações de cada perfil.

<sup>78</sup> Diferente dos perfis convencionais, as “páginas”, usualmente, são destinadas a instituições, marcas, entes públicos ou privados, ou/e perfil de celebridades etc. A ideia é que a página possa ser “seguida” por um maior número de usuários.

<sup>79</sup> A ferramenta de grupos é uma das possibilidades de interação dentro da plataforma. Baseada na lógica de temas, cada grupo funciona como uma espécie de espaço para discussões. Existe três formatos de grupos: os abertos (públicos), onde qualquer pessoa pode ver e entrar no grupo, os de caráter fechado, qualquer pessoa pode visualizar o grupo e quais membros estão neles, porém, somente membros podem ver as publicações, e caso alguma pessoa queira participar precisa solicitar ou ser convidado por um membro, e, sem seguida, precisa contar com a aprovação dos administradores. Por fim, os grupos de caráter secreto (privado), onde apenas os participantes podem ver o grupo e suas atividades, bem como quem está nele e o que é publicado. Um novo membro só pode ser incluído no grupo por convite e aprovação dos administradores, esse usuário convidado não pode recusar o convite mas pode sair do grupo quando quiser.

<sup>80</sup> Sancionada em 23 de abril de 2014, a LEI N° 12.965, popularmente reconhecida por Marco Civil da Internet, foi regulamentado pela presidenta Dilma Rousseff. Seu objetivo, segundo os criadores do projeto, é regularizar o

O que se vê no feed de notícias do Facebook é predefinido por um algoritmo, cuja principal finalidade é maximizar os lucros da empresa. Aquele algoritmo é programado para entregar o conteúdo que é mais valioso para determinado usuário, que seja capaz de atrair sua atenção por mais tempo. E, geralmente, o conteúdo mais valioso para uma pessoa é aquele que fala dela mesmo. Não há nada mais valioso para uma pessoa do que ela mesma. Assim, o Facebook é programado para ser um parque de espelhos sobre quem somos”. (LEMOS,2014, p.29).

Foi a partir dessa empreitada que tomei conhecimento da relevância dos chamados algoritmos para as dinâmicas interacionais da plataforma. Entre as inúmeras entidades técnicas presentes na infraestrutura do Facebook, tomei conhecimento da existência do EdgeRank, algoritmo até então responsável pela “filtragem” dos conteúdos que aparecem nos feeds de notícias de todos os usuários da plataforma<sup>81</sup>. Esse algoritmo atua levando em consideração três vetores que são os de “relevância”, “afinidade” e “tempo”. Em termos mais simples, os vetores podem ser resumidos da seguinte forma: o que você está habituado a curtir com mais frequência (relevância), com quem você é habituado a interagir cotidianamente (afinidade) e, por fim, as novas mensagens (tempo). Em termos gerais, esse algoritmo organiza e favorita as publicações que julga serem as mais relevantes para cada usuário, esse juízo é estabelecido a partir dos dados obtidos pelas ações realizadas por cada membro, tendo como base os três vetores acima mencionados.

É importante ressaltar que essa característica não é restrita ao Facebook, mas, salvo as particularidades técnicas de cada uma, comum a muitas as redes sociais digitais. Muitos autores já problematizaram sobre essa propriedade das mídias digitais de fornecer apenas o “interessante” e “atrativo” aos seus utilizadores, tornando-as um espaço social cômodo e fechado ao círculo de interesse interativo do usuário. Dessa maneira, é preciso encarar que a experiência em qualquer “rede sociotécnica” (SEGATA,2014) da internet é atravessada por uma infinidade de entidades técnicas, agentes não-humanos que influenciam diretamente as dinâmicas interacionais desses cenários, e que não podem ser excluídos nas análises empreendidas. Em especial, minha experiência, enquanto nativo da plataforma, revela muitos indícios da ação dessas entidades.

Em 2014, por exemplo, antes de começar a pensar no meu projeto de pesquisa, ponto de partida deste estudo, aumentei minha frequência no website. Nesse ano adquiri um

---

uso da internet e garantir que atribuições de direitos e deveres de usuários, empresas e governos, na web, sejam cumpridos.

<sup>81</sup> Assim como a venda de informações pessoais, a filtragem do que aparece nos feed de cada perfil também se encontra garantida nos “Termos de Uso” do Facebook; todo aquele que cria uma conta, via de regra, aceita tais condições.

celular (smartphone) que me permitiu instalar o aplicativo do Facebook, e por meio de redes wireless ou pelo consumo de “pacote de dados” de internet móvel comercializados por minha operadora de telefonia móvel, passei a frequentar mais assiduamente o Facebook, fator que contribuiu para esse aumento de minha assiduidade. Diferente de antes, onde precisava estar diante da tela de um computador para estar presente naquele espaço online, agora, através de um dispositivo móvel e das redes de acesso à internet disponíveis, eu poderia conferir minhas atualizações em qualquer lugar.

A exemplo de muitos torcedores do Ceará Sporting Club que fazem uso do Facebook comecei a seguir cada vez mais fan pages ligadas ao clube, tanto a oficial, mantidas pelo setor de comunicação e marketing da própria agremiação, como aquelas criadas por torcedores. Ao mesmo tempo, comecei a adicionar um bom número de grupos de discussão de torcedores, sobretudo os ligados ao clube alvinegro da capital cearense, entre eles, o grupo Ceará Sporting Club (CSC), aquele onde tinha maior proximidade, interagindo diariamente com os demais torcedores lá presentes muitas vezes ao dia.

Não foi difícil perceber que quanto mais imerso nesses espaços de convivência clubística, mais notificações sobre assuntos relacionados ao clube cearense eu recebia, entre eles, particularmente os mais numerosos eram referentes ao grupo de torcedores onde eu mais participava. Como uma espécie de efeito cascata, quanto mais recebia notícias mais interagia, pois, em meio aos numerosos avisos de postagens, maior eram as chances de aparecerem publicações que em meu julgamento eram relevantes, com isso, me sentindo à vontade para opinar.

Toda vez que acessava o Facebook, seja em casa, seja em outros lugares, umas das minhas primeiras ações era a de entrar no grupo e visualizar as últimas discussões. Chegava a passar horas em frente ao computador, debatendo com outros torcedores, curtindo comentários que me agradavam, criticava opções táticas do treinador que não concordava, especulava escalações de atletas para os próximos jogos, perguntava sobre contratações de novos profissionais, enfim, dedicava muito de meu tempo interagindo com quase todos os tópicos (posts) de discussão.

Mesmo ciente de que estava gastando parte considerável do meu tempo, parte do meu dinheiro com compra de pacotes de dados, e, em algumas vezes, do meu próprio sono, tendo em vista que cheguei a passar madrugadas discutindo sobre certos assuntos, mesmo assim, em nenhum momento pensei em sair<sup>82</sup>. Mas uma coisa era certa, eu não era o único;

---

<sup>82</sup> Ser torcedor de futebol é um investimento simbólico sem retorno financeiro, pelo contrário, é um investimento sem garantia de lucratividade financeira. Segundo o antropólogo Arlei S. Damo (2012, p.71): “Pensada em termos

aqueles que faziam parte mais ativamente daquele grupo tinha uma opinião, um desejo, uma ideia, uma dúvida, e queriam expressá-las, queriam que elas fossem ouvidas, percebidas e visualizadas, pois, para um torcedor de futebol “não há nada mais triste do que estar só em meio à multidão”, como sinalizou o antropólogo Arlei Damo (2012, p.70).

Parte do que era expressado por aqueles participantes, cotidianamente, reforçava muito das lógicas simbólicas presentes no universo do futebol profissional. Falava-se de rendimento da equipe, de esquemas táticos, de contratações etc., ou seja, aparentemente as discussões e opiniões individuais, de certa forma, sempre reportavam as “estruturais do campo futebolístico”. Em verdade, por trás das interações que ocorriam no grupo, existem o que acredito serem “virtualidades estruturais” que são preexistentes aos indivíduos e os influenciam em suas ações, como nos lembra Bruno Latour (2012, p.240):

Interações não são como piquenique onde todo alimento é reunido no local pelos participantes, mas sim uma recepção dada por alguns patrocinadores desconhecidos que preparam tudo nos mínimos detalhes – até o lugar para sentar-se já foi pré-inscrito por um encarregado atento (LATOURE, 2012, p.240).

De fato, as interações sociais são permeadas por elementos exteriores que impactam diretamente as ações momentâneas dos sujeitos sociais. De certa maneira, foi sobre as virtualidades estruturais que permeiam o futebol profissional que esse capítulo tentou versar. Nas próximas páginas deste texto, o empreendimento será outro. Nelas buscarei considerar especificamente os atores, suas práticas, procedimentos e agências, bem como as conexões nas quais eles se encontram imbrincados e que são formadas em meio aos processos interativos vivenciados no espaço online do CSC. Meu olhar tentará ser fiel ao que for observado em campo, e seguirá a proposta do “sociólogo das associações”, Bruno Latour (2012, p.241, grifos nosso), que promulga “Assim, se o observador é fiel à direção sugerida por essa superabundância [elementos exteriores], ele será afastado de qualquer interação para outros lugares, outros tempos e outras agências que parecem tê-la moldado”.

É nesse sentido que os olhares dos próximos capítulos desta investigação estarão voltados para os procedimentos cotidianos que formam as “redes de associações” presentes no grupo.

---

exclusivamente financeiros, a paixão clubística é um péssimo negócio, pois os torcedores nada podem esperar como retribuição”.

### 3 CONVIVIALIDADE CLUBÍSTICA ONLINE: O GRUPO CEARÁ SPORTING CLUB DO FACEBOOK

O CSC<sup>83</sup> é um grupo fechado, e como tal, garante as definições técnicas que baseiam a política de privacidade do Facebook. Qualquer usuário por meio de uma pesquisa rápida pode ter acesso a página principal do grupo, onde poderá encontrar tanto sua descrição ao lado direito da tela – como suas regras, definições e objetivos – como poderá visualizar o perfil dos membros integrantes, contudo, não terá acesso às publicações e conteúdo internos do ambiente.

Quando acessa o CSC, o membro se depara com o layout padrão do Facebook para todos os demais grupos, com um espaço para uma foto da capa, onde em geral se identifica o “conteúdo” dos grupos, abas que indicam ações como a de “entrar”, onde é realizado o pedido para ser membro do grupo; “compartilhar”, ferramenta que permite o membro divulgar entre seus amigos o grupo; e por fim, as “notificações”, onde o participante escolhe quais publicações ele gostaria de ter acesso, se todas, apenas as dos amigos ou aquelas em “destaque”. Abaixo dessas abas existem outras que remontam, primeiramente ao nome do grupo, e, respectivamente, a informações sobre membros, eventos, fotos e arquivos publicados e que se encontram salvos no grupo etc. No caso do CSC, quando iniciei meu trabalho de campo a foto da capa do grupo<sup>84</sup> era essa:

---

<sup>83</sup> A sigla CSC será usada para se referir ao grupo pesquisado. Ela é a abreviatura de seu próprio nome, que é o de Ceará Sporting Club.

<sup>84</sup> Utilizarei da grafia em itálico, daqui em diante, toda vez que o nome “grupo” estiver referindo-se ao CSC. Também farei uso dessa grafia, como dito anteriormente, para as palavras nativas tanto da plataforma Facebook como das decorrentes das falas de meus interlocutores, assim como também para categorias elaboradas por mim, e no caso dos estrangeirismos.

Figura 2 - Parte da página inicial do grupo no início da pesquisa<sup>85</sup>.



Do lado direito da tela, abaixo da foto da capa, a descrição do grupo apresenta o número de participantes, sejam ativos ou inativos, seguido logo abaixo pelas regras gerais do CSC, advertências e alguns indicativos, itens elaborados e fixados no grupo pelos administradores do espaço:

LEIA AS REGRAS ANTES DE ENTRAR NO GRUPO: (Clique em "Ver mais")

- Aconselhamos de "Curtir" a Fan Page Oficial do Ceará Sporting Club:(<https://www.facebook.com/CearaSC>)
- Não serão aceitos membros:
  - \* Coloridos e Torcedores de qualquer outro time
  - \* Com álbuns trancados ou sem fotos
  - \* Só com fotos de imagens ou desenhos
  - \* Com perfil suspeito de Fake.
- Em dias de jogo do Vozão aconselhamos a postar somente no "Post de Comentários do Jogo", para evitar uma chuva de posts do mesmo tema. Só serão permitidos a criação de posts após o término do jogo.
- Todos os posts passam por aprovação dos administradores do grupo.
- Posts vagos ou sem conteúdos aprofundados **NÃO SERÃO ACEITOS!**
- Posts com Notícias não relacionadas ao clube **NÃO SERÃO ACEITOS!** (Administradores do Grupo CSC– fragmento da descrição do grupo. Datado de 15/08/2015)

Logo em seguida, para encerrar a parte descritiva, existe uma listagem com os nomes e a quantidade de títulos conquistados pelo alvinegro cearense. Sem embargo, antes desse último item aparecer, uma descrição um tanto quanto romantizada, elaborada pelos

<sup>85</sup> Print screen datado de 04/08/2015. Fonte: Grupo CSC. Disponível em:<<https://goo.gl/oEhAhI>>. Acesso em 15/08/2015.

moderação (grupo de administradores)<sup>86</sup> do CSC, busca textualizar o sentimento de apreço e fidelidade pelo qual, não apenas os administradores, todos torcedores do Ceará Sporting Club vêm a sentir, e que chamaram de alvinegridade:

O Ceará não se explica, não se define, nem ao menos se escreve. O Ceará apenas se sente. A alvinegridade, neologismo da fiel torcida preta e branca, é daqueles sentimentos que nos dão uma sensação de orgulho, fé, amor, devoção. O ser preto e branco é estado de espírito. Bem aventurados os que podem dizer "Eu sou VOZÃO. Eu sou preto e branco. Eu sou alvinegro. Eu sou fiel. EU SOU CEARÁ!" (Administradores do Grupo CSC – fragmento da descrição do grupo. Datado de 15/08/2015)

Esse trecho é um exemplo de como parte dos membros do CSC, no caso específico os moderadores, interpretam uma miríade de significações referentes a sentimentos de fidelidade, afeição e “devoção” para com o clube, e que estão incutidos no “imaginário afetivo”<sup>87</sup> que orbita em torno do “clubismo” futebolístico, que pode ser entendido segundo o antropólogo Arlei S. Damo (2012, p. 71) como:

Do ponto de vista antropológico, o clubismo pode ser definido como um sistema de representações que opera à maneira do totemismo, do nacionalismo, do partidarismo ou de qualquer outro sistema no qual a unidade básica à qual o indivíduo se vincula é posta em relação com outras unidades. [...]

Esse “sistema de representações” é fundamental para entender as dinâmicas de sociabilidade presentes no CSC. Ele é a base do que venho a denominar por convivialidade clubística digital, termo que se refere a convivência entre diferentes atores sociais baseado em suas identificações com um determinado clube de futebol, e que no caso particular do CSC está sendo gestada em uma ambientação online. Nesse momento, cabe aqui algumas digressões de caráter teórico para cintilar pontuações sobre o conceito de “convivialidade”<sup>88</sup>. Ao adotar o

---

<sup>86</sup> A plataforma do Facebook denomina administradores/moderadores aqueles membros responsáveis pela gestão dos grupos. Contudo, o próprio site diferencia administradores e moderadores, esses últimos seriam administradores com poderes limitados (FACEBOOK, 2016). Todavia, durante a pesquisa, essa diferenciação pareceu impraticável, tendo em vista que tanto os administradores como os demais membros se referiam a esse grupo de membros administradores ora como administração, ora como moderação, por esse motivo, neste texto, ambos os termos apareceram sem diferenciação e farão menção aos membros responsáveis pela administração do grupo.

<sup>87</sup> Tendo como partida sua teoria das “estruturas antropológicas do imaginário”, Gilbert Durand (1989) aponta que o ser humano é possuidor de uma capacidade inesgotável de elaborar símbolos em sua vida sócio-cultural. O autor faz uso do termo “imaginário” ao invés de “simbolismo”, tendo em vista que para ele o símbolo é a maneira pela qual o imaginário é expressado, conceito esse que é definido como: “O conjunto das relações de imagens que constituem o capital pensado do homo sapiens” (DURAND, 1989, p.14).

<sup>88</sup> Segundo a definição de Paul Gilroy (2005 apud Costa, 2012, p.240), “convivialidade” diz respeito a “experiências cotidianas de contato, cooperação e conflito que atravessam a suposta impermeabilidade das fronteiras de raça, cultura, identidade e etnia”.

conceito de “convivialidade”, tomo de empréstimo a ideia de “convivência multicultural” do sociólogo Sérgio Costa (2012, 2015) que, a seu turno, tem inspiração no conceito de *conviviality* do sociólogo inglês Paul Gilroy (2005). Para Gilroy (2005), entre outros autores, defende que a multiplicidade de identificações móveis não resultam em uma “diversidade cultural” como descrita pelo “multiculturalismo”<sup>89</sup>, na verdade, elas sinalizam para o que ele vem a chamar de “multicultura” (GILROY, 2005; COSTA, 2015).

Segundo Sérgio Costa (2015, p. 240), ao abrir um diálogo com Paul Gilroy, “o multiculturalismo buscou garantir a coexistência de supostas identidades culturais”, contudo, essas “identificações culturais” abriram espaço para o que ele acredita ser uma “multicultura contemporânea”, que é implicada pela “convivência e a interação entre diferenças culturais, permitindo a articulação de novas formas de identificação cultural” (COSTA, 2015, p.240).

De acordo com Costa (2015, p.150, grifo nosso), a “coexistência desejada entre as diferentes culturas não é mais aquela idealizada pelo liberalismo multicultural e guiada pela constituição de barreiras de proteção para que culturas minoritárias possam se reproduzir. [...] A coexistência almejada é orientada pelo ideal da convivência [multicultural].

Por entender que o conceito de “convivialidade” remete a ideia de “experiências cotidianas de contato, cooperação e conflito” entre indivíduos que estão objetivamente alocados em estratos sociais em constante interação, porém, interações atravessadas por “fronteiras de raça, cultura, identidade e etnia” (GILROY, 2005 apud COSTA, 2012, p.240), é que ele aparece nessa dissertação como uma alternativa teórica a conceitos como o de “sociabilidade”<sup>90</sup> e o de “socialidade”<sup>91</sup>, esse último amplamente utilizado no campo da antropologia contemporânea, tendo como referência os antropólogos como Roy Wagner (2010) e Marilyn Strathern (1999). Essa escolha ocorre orientada pelas primeiras observações do dia a dia do CSC, que possibilitou identificar ainda nos meses iniciais de pesquisa de campo que aquele grupo online de torcedores

---

<sup>89</sup> Para além de uma categoria que remete a estudos acadêmicos e a lutas políticas referentes ao respeito de povos, etnias e culturas tidas como “minoritárias”, o “multiculturalismo” resguarda uma polissemia de significados (SILVA, 2006), podendo ser compreendido, inclusive, como um amplo movimento social de caráter global - impulsionado pelos processos de globalização - que tem como objetivo a luta política de defesa dos direitos civis e sociais de grupos humanos “minorias sociais”. Em termos gerais, o “multiculturalismo” é uma perspectiva ideológica que defende a equidade entre as sociedades/grupos humanos culturalmente diferenciados.

<sup>90</sup> É um conceito amplamente utilizado nos trabalhos das mais diversas áreas das ciências sociais. Em geral, por mais apropriações que possa ter tido, boa parte de suas aplicações encontra-se referenciadas na clássica definição de Simmel (2006, p. 65) que considera que a sociabilidade é “a forma lúdica da sociação”.

<sup>91</sup> Tanto para Wagner (2010a) quanto para Strathern (1999), ambos a partir de seus estudos com povos como os Darbi e os Melanesios, respectivamente, sinalizam para uma incompatibilidade analítica entre o uso de conceitos como os de “sociedade” e “grupos sociais” e a realidade de povos exteriores a realidade euro-americana. Segundo eles, o mais importante seria entender os processos relacionais nos quais eles estão inseridos, daí que “socialidade” é “[...] algo que “se torna”, não que “se tornou” [...], as pessoas traçam fronteiras, impelem e eliciam, e as relações tomam conta de si mesmas (WAGNER, 2010a, p.250).

do Ceará Sporting Club abrigava uma verdadeira heterogeneidade de perfis sociais, pois, mesmo que seus participantes se identifiquem como torcedores de um mesmo clube de futebol – principal recorte exigido para participação no grupo -, esses perfis estariam objetivamente demarcados por diferenças sociais de cunho econômico, político, religioso e cultural.

Quando iniciei meu trabalho de campo, em agosto de 2015, o grupo contava com mais de 14.200 membros, dentre os seis grupos de torcedores do Ceará Sporting Club presentes no Facebook. Até aquele momento, ele era o segundo em número de membros e o maior em número de moderadores; naquela ocasião eram seis no total, como aponta a tabela a seguir.

Tabela 01 – Grupos de torcedores do Ceará Sporting Club presentes no Facebook em 2016.

Nome dos Grupos	Número de Membros	Número de Administradores (Moderadores)
Ceará Sporting Club – Oficial	46.460	01
Ceará Sporting Club (CSC)*	14.350	06
Ceará Sporting Club – Vozão	1.584	03
Vida do Alvinegro	7.641	03
Ceará Sporting Club Orkut	1.350	04

Fonte: Facebook (2016)

Dados referentes ao mês de setembro de 2016.

\* Grupo estudado

Em 2016, quando iniciei as primeiras entrevistas – até então só havia realizado breves diálogos comunicando parte da moderação sobre minha pesquisa - o número de participantes era maior que 16 mil, número efetivamente maior do que o quantitativo dos participantes ativos<sup>92</sup> diariamente que vivenciavam essa convivialidade de forma mais intensa. Esses membros ativos eram e continuam sendo em sua maioria homens, pertencentes as mais variadas faixas etárias e classes econômicas. Já a participação feminina, por sua vez, era muito pontual e esmagadoramente menor, mas não inexistente. Para fazer parte do grupo, o torcedor da agremiação cearense pode solicitar sua participação diretamente na página principal do grupo ou receber um convite de um membro, contudo, nas duas situações, ele precisa atender alguns critérios exigidos e avaliados pela moderação, como não ter o álbum

<sup>92</sup> Nem todos os membros que estão inscritos no CSC participam ativamente do seu dia a dia. Dessa forma uso o termo nativo ativo, apreendido em meio as conversas com meus interlocutores, que referencia os membros que participam constantemente.

seu álbum de fotos bloqueados, possuir em sua lista de amigos membros do grupo, ter informações que indiquem que o perfil seja realmente verdadeiro, não um perfil fake etc., requisitos que discutirei mais adiante nesse capítulo.

Procurando mais “dados” sobre o grupo, recebi a seguinte resposta sobre os responsáveis pela criação do grupo: “Foi um tal de Vicente”, assertiva dada por Caio Rabelo, 26 anos, professor de inglês, amigo de faculdade e de arquibancada, e um dos nove moderadores do grupo, me deu em nossa primeira conversa, via WhatsApp. Caio não sabia me responder com exatidão esse questionamento, só sabia informar que havia sido adicionado ao grupo por um amigo há um pouco mais de quatro anos, e que havia sido convidado a participar da administração no início daquele presente ano.

Vasculhei nos arquivos mais antigos, salvos em uma aba do grupo e notei que estava há mais tempo naquele repositório digital era datado de 29 de maio de 2011, e tinha como autor um ex-membro de nome Vicente Barcelos. Minha dúvida foi sanada mais de um ano depois, ao falar com Yuri Capibaribe. Segundo ele confirmou, “[...] Foi o Vicente Barcelos mesmo, e por essa época aí eu era um dos membros mais ativos mesmo.... Hoje ele nem é mais membro, lembro quem me adicionou foi o Rafael Freire, esse sim conhecia o Vicente” (Trecho de entrevista - 20/12/2016).

Tanto Caio quanto Yuri acreditavam que a maioria dos mais ativos residia na cidade de Fortaleza e em parte na sua região metropolitana e do interior do Estado, porém, não excluíram a participação de pessoas que residiam em outros estados e até mesmo países, como disse Caio “ [...] tem gente que nem morar no Brasil mora mais, mas participa do grupo para ficar informado, matar saudade da torcida, essas coisas”. Ambos informantes, ao serem interrogados sobre quais dispositivos mais utilizavam para acessar o CSC, responderam de forma uníssona que faziam uso de aparelhos celulares na maioria das vezes, como deixou Caio em suas palavras: “Eu pelo celular, e a maioria da galera toda também, tenho quase certeza”. (Trecho de entrevista - 17/10/2016).

Diariamente, o grupo recebe novas postagens que passam antes pela aprovação da moderação. São nessas publicações que são desencadeados os processos de interação entre os membros, por meio de comentários, curtidas e reações<sup>93</sup>. Essas novas postagens dividem espaço

---

<sup>93</sup> Nos primeiros meses do ano de 2016, o Facebook lançou os chamados Facebook Reactions, cinco diferentes novas opções de reações representadas por diferentes emotions – figurinhas gráficas – por meio dos quais o usuário pode demonstrar sua opinião sobre a publicação. Com a mudança, o Facebook agora permite que o usuário possa ter para além da opção de “curtir”, disponibilizada pelo botão virtual like, as opções de "amei"(gostou muito), "haha" (risos), "uau"(surpresa), "triste" (tristeza) e "Grr" (asco, raiva, nervosismo). Disponível em:< <http://migre.me/wkvLO> >. Acesso em 20/08/2016.

com que os “nativos” do grupo chamados de posts fixos, e que segundo meus interlocutores, funcionam para centralizar determinados assuntos, como é o caso dos tópicos ESPECULAÇÕES/NOVAS CONTRATAÇÕES e JOGOS DA SÉRIE B<sup>94</sup>.

As publicações que não se enquadram na categoria de posts fixos tomei a liberdade de nomeá-las de posts flutuantes, devido ao fato de abordarem discussões mais efêmeras do que as presentes nos fixos. Eles podem conter em seu bojo desde triviais perguntas sobre preço de ingressos, horários e locais dos jogos, informações a respeito de transmissões de partidas, descrição de escalações ou relatos de desfalque de jogadores, links de reportagens sobre os próximos confrontos da equipe, vídeos de lances polêmicos ou com os melhores momentos de algumas partidas etc. Da mesma forma muitas informações sobre o Ceará Sporting Club são divulgadas na timeline do grupo; outras publicações de cunho mais opinativo tem espaço naquele ambiente, como é o caso dos desabafos sobre o descontentamento em relação ao desempenho da equipe, texto em forma de depoimentos sobre quais melhores atletas vestiram a camisa do alvinegro cearense. Da mesma forma, esses posts podem conter o que o interlocutor Fran Yan Tavares Coelho de Aguiar, 28 anos e professor de sociologia na educação básica, chamou de relatos de memória de estádio, que se referiam aos depoimentos de torcedores que evocavam lembranças de eventos presenciados por eles e que haviam ocorrido nos estádios de futebol, dentro ou fora, nos dias de jogos do Ceará Sporting Club.

Os posts flutuantes, em geral, comportam assuntos como notícias da mídia esportiva, vídeos com jogos importantes ou/e melhores momentos da partida, desabafos e críticas etc., diferentes dos fixos que caminham para temas perenes, como especulações de contratações para próxima temporada anual, comentários sobre o resultado de outros jogos referentes a competições que o time do Ceará disputa. Entretanto, essa é uma diferenciação preliminar, e um tanto quanto escorregadia. Seu objetivo é apenas apontar, a partir do que se observou e “ouve” do campo, de forma panorâmica, as diferenciações mais gerais das publicações que se apresentam aos membros do grupo.

Um exemplo de quanto maleável e transitória é essa diferenciação, é o caso dos tópicos dos “Comentários aqui”, referentes aos posts sobre as partidas do time cearense. Em todo dia que ocorre um jogo disputado pela equipe cearense, seja qual for a competição, local de realização da partida ou horário, um membro, seja moderador ou não, cria um tópico antes

---

<sup>94</sup> O primeiro trata de comentários que envolvem contratações de novos atletas, já o segundo, começa a receber um número maior de comentários após o início do Campeonato Brasileiro da série B – que se inicia, geralmente, a partir do mês de maio –, e é destinado a publicações sobre os jogos de outras equipes concorrentes do Ceará Sporting Club que participam dessa competição.

do início da partida e que fica fixo durante horas, até mesmo após o término da mesma. Nessas ocasiões a moderação proíbe e bloqueia a criação de outros tópicos, não aceitando postagens que não forem realizadas dentro do tópico do jogo, contudo, após esse bloqueio, essa postagem que era fixa, torna-se mais uma flutuante, que fica armazenada no timeline do grupo.

A fronteira, se é que existe de fato, entre uma publicação flutuante e uma fixa é bastante porosa, tendo em vista que a transitoriedade entre elas está diretamente ligada ao engajamento dos participantes. Por exemplo, uma postagem flutuante, se cumprir alguns critérios, poderá tornar-se um tópico fixo. Entre esses critérios, que não estão pré-estabelecidos em nenhuma regra, pode-se destacar a relevância do assunto citado, pois, quanto maior for o interesse dos participantes em determinado tema abordado por uma publicação, maior é a chance do tópico ficar no topo das discussões, e quanto mais tempo esse tópico ficar em evidência entre os membros, maior a possibilidade da moderação torná-lo um tópico fixo.

Por outro lado, se um tópico flutuante pode ganhar status de fixo dependendo do quanto impacto tiver nas interações dos membros ao chamar e concentrar a atenção dos mesmos, um post fixo poderá vir a cair no ostracismo interativo, caso seu tema não esteja no topo do grupo. Por topo do grupo, meus interlocutores entendem os assuntos que desencadeiam um grande número de participações; em termos nativos, quanto mais se fala de um assunto, mas ele ficará na frente dos outros.

Em todos os grupos de discussão e fan pages do Facebook, para uma publicação ser elevada ao “topo” é necessário o entrelaçamento das ações de diferentes tipos de “actantes” que, por sua vez, desenvolvem basicamente dois tipos de agência: a dos participantes presente no grupo ou fan page (agência humana) e a da própria infraestrutura técnica da plataforma (agência “não-humana”). Normalmente, existe basicamente duas formas de se colocar uma publicação no “topo” de um grupo: quando a postagem recebe um grande volume de intervenções interativas (comentários, likes ou reações) por parte dos participantes e/ou quando a moderação faz uso do recurso técnico disponibilizado pela plataforma do Facebook de favoritar a postagem, que consiste deixar em primeiro lugar na linha cronológica do feed do grupo. Nas duas situações, o entrelaçamento entre agência humana e “não-humana” fica evidente.

No primeiro caso, onde a quantidade de interações coloca a postagem acima das demais postagens, deixando-a no “topo”, a infraestrutura técnica da plataforma (programação e sistemas de cruzamento de dados) “entende” que o grande número de interações atingindo significa que aquela publicação é “importante” e precisa de maior “visibilidade”.

Ao que diz respeito a favoritar a postagem, particularmente no caso do grupo CSC, a moderação pode vir a criar um tópico e o favoritar por julgar que ele é importante e poderá chamar atenção dos membros, ou então, ela pode avaliar que uma publicação precisa ser “favoritada” por estar gerando muitas intervenções interativas.

Em ambos os casos, o número de intervenções é fator preponderante para deixar a publicação no “topo”, porém para uma postagem receber um considerável número de participação, no caso do CSC, é preciso que essa postagem seja relevante para os membros, que ela chame atenção, desperte interesse, pois, como colocou um de meus interlocutores, Joseni Nunes Parente, 34 anos, jornalista e bacharel em direito “Eu visualizo todo dia o grupo; duas, três vezes, e é mais pela noite. [...] Eu só comento um tópico que eu acho o assunto relevante, eu olho, se for do meu interesse eu comento, senão eu deixo pra lá” (Trecho de entrevista, 25/11/2016).

Com efeito, essas são algumas características gerais das publicações presentes no grupo que apresentei até aqui de forma meramente panorâmica, nem de longe encerrando seu caráter mutável e dinâmico. É esse caráter que torna o próprio campo em questão num espaço em constante movimento, longe de ser estático e imutável, demandando ao pesquisador um olhar que objetive acompanhar suas flutuações e nuances, especialmente para um pesquisador que, como eu, se propõe a realizar uma investigação etnográfica, entendendo que “A etnografia é o modo de optar pelo extremo mutante da realidade.” (SÁEZ, 2011, p.599)

Na prática, no dia 20 de agosto de 2015, um desses movimentos se materializou em uma publicação realizada por um dos membros mais ativos da moderação, e que se enquadrava no que chamei de posts flutuantes, renovou minhas hipóteses, bem como fez emergir novas indagações que afetaram profundamente os rumos da pesquisa. A publicação trata-se de uma comemoração pelo fato do grupo ter atingido o quantitativo de 16 mil membros participantes.

Acabamos de chegar à marca de 16 mil membros. Além de ser um dos maiores da torcida alvinegra, temos orgulho de saber que praticamente não existem fakes e ele é o mais bem organizado dos torcedores do Ceará. Isso foi dito por vários torcedores que participam de outros grupos. Alguns até disseram que saíram dos outros grupos por que esse era melhor. Mas além de comemorar a marca gostaríamos de pedir ajuda principalmente para aprovação de novos membros. Para continuarmos crescendo, seria bom que todos indicassem os amigos alvinegros. Isso facilita muito para moderação, já que olhamos cada perfil antes de aceitar. Qualquer crítica ou sugestão, podem falar com a gente.

Tentamos ser o mais democrático possível.

Imagem: Igor Silva SA. (Transcrição da publicação de Caio Rabelo. Datada de 20/08/2015)

Figura 3 – Imagem retirada do grupo CSC<sup>95</sup>

O crescimento do grupo foi encarado pela moderação como algo positivo, era o resultado do esforço organizativo que esses membros tentavam dedicar ao grupo. O tom festivo da publicação dividiu lugar com um chamamento direcionado aos demais membros. Era um pedido que reforçava a ideia de “ajudar o grupo a continuar crescendo”, demanda que dependia de uma ação específica dos outros participantes, a indicação de “amigos alvinegros”. Para além da comemoração e do “pedido de ajuda”, a publicação revelava certos elementos já percebidos por mim, particularmente nas primeiras observações exploratórias que realizei, mas que não haviam sido tão evidenciados quanto agora.

Esses elementos tratavam particularmente do que a moderação considerava ser parte do caráter democrático daquele ambiente digital, e do valor positivo atribuído por eles referente a ausência de perfis fakes, ambas características contribuíam para fomentar a ideia entre os membros de que aquele grupo era o melhor grupo de torcedores do Ceará em relação aos demais presentes no Facebook. A exposição desses atributos, tomados como positivos pela administração, sinaliza para uma clara diferenciação em relação aos demais grupos de torcedores alvinegros hospedados na plataforma.

---

<sup>95</sup> Fonte: Grupo CSC. Disponível em: < <https://www.facebook.com/groups/GrupoCearaSC/>>. Acesso em 20/08/2015

Por sua vez, a qualificação de melhor não se orientava apenas para um delineamento de uma fronteira qualitativa – o nosso é melhor que os dos outros – , mas, para além disso, ela aponta para uma demarcação de legitimidade existencial do próprio grupo, um recorte feito e refeito constantemente e que depende diretamente do empenho organizativo dos moderadores e da “ajuda” dos outros membros, tendo em vista que, como promulgou Bruno Latour (2012, p.56): “O delineamento de grupos não é apenas uma das ocupações dos cientistas sociais, mas também tarefa constante dos próprios atores. Estes fazem sociologia para sociólogos, e os sociólogos aprendem deles o que compõe seu conjunto de associações”. Em termos práticos, o CSC tomava formas de “grupo” não apenas pela nomenclatura pela qual a plataforma do Facebook é atribuída, mas, por uma constante reprodução de falas (no caso textos), tanto por parte dos moderadores como por parte dos membros mais ativos. Para eles, aquele era um grupo diferente, ele era “o melhor grupo de torcedores do Ceará Sporting Club no Facebook”.

Em relação ao tópico citado acima, não demorou muito para o tópico receber uma numerosa adesão. Vários comentários parabenizando a moderação foram escritos, da mesma forma que cobranças e ideias de como, por exemplo, se poderia melhorar aquele espaço, torná-lo mais “interativo” e “animado”. Em geral, o saldo dos comentários orientava para uma concordância com o teor da postagem comemorativa realizada pelo adm<sup>96</sup> Caio Rabelo.

### 3.1 Um território do torcer: a convivialidade clubista e suas divergências

Enquanto torcedor, sempre me senti à vontade em escrever no CSC minhas impressões sobre os acontecimentos que envolviam o meu clube de coração, o Alvinegro de Porangabuçu. Se o time jogava bem, elogiava, se mal, criticava, se um jogador decepcionava mostrando um rendimento abaixo do esperado, sem nenhum receio eu o criticava. Costumava atribuir o conforto em expor minhas opiniões ao fato de estar entre meus “iguais”, afinal, não era o único torcedor ali a reclamar, elogiar, perguntar, responder. Na realidade, a participação dos outros era um fomento para minha própria participação.

Assim como as arquibancadas dos estádios, onde o torcedor pode externalizar de diferentes formas o seu engajamento, o CSC se configura como um locus da prática do torcer por excelência, um espaço online onde os aficionados clubistas efetivam e alargam suas experiências torcedoras. Por mais que existam códigos de conduta, virtualmente

---

<sup>96</sup> A sigla ADM (adm) refere-se a administrador ou administração. Ela é usada nos comentários sempre quando um membro está com dúvida ou pretende informar alguma irregularidade, sua função é acionar os moderadores, e sua existência é uma das muitas estratégias adotadas pelos administradores para organizar as demandas do grupo.

preestabelecidos pela “cultura torcedora”, cada alvinegro presente no CSC vivencia sua identificação clubística de uma maneira específica, de acordo com sua própria “subjetividade”, que segundo Félix Guattari (1992,p.21) se define como sendo “o conjunto das condições que torna possível que instâncias individuais e/ou coletivas estejam em posição de emergir como um território existencial auto-referencial, em adjacência ou em relação de delimitação com uma alteridade por ela mesma subjetiva” (GUATTARI, 1992, p.21). O encontro dessas múltiplas subjetividades, proporcionado pela pujante convivialidade clubista existente no grupo, faz com que desponte nesse ambiente digital um território do torcer, um terreno que dialoga com a noção de “território” definida por Félix Guattari:

[...] A noção de território é entendida num sentido muito amplo, que ultrapassa o uso que fazem dele a etologia e a etnologia. Os seres existentes se organizam segundo territórios que os delimitam e os articulam aos outros existentes e aos fluxos cósmicos. O território pode ser relativo tanto a um espaço vivido, quanto a um sistema percebido no seio da qual um sujeito se sente ‘em casa’. O território é sinônimo de apropriação, de subjetivação fechada sobre si mesma. Ele é o conjunto de projetos e representações nos quais vai desembocar, pragmaticamente, toda uma série de comportamentos, de investimentos, nos tempos e nos espaços sociais, culturais, estéticos, cognitivos (GUATTARI; ROLNIK, 1996, p.323).

Na acepção de Deleuze e Guattari (1996), o conceito de “território” é necessariamente vinculado ao de “agenciamento”<sup>97</sup>, para eles, a criação de um “território” se deve a ação de múltiplos agenciamentos que, via de regra, podem ser de duas vertentes: “agenciamentos maquínicos de desejo” (ou corpos) e “agenciamentos coletivos de enunciação”(enunciado). Os primeiros são referentes ao estado de relações e imbricações não dicotômicas entre corpos, seja eles da Natureza (animais, plantas etc.), técnicos (máquinas) ou social (pessoas). Neste tipo de agenciamento não é possível entender os “corpos” de formas polarizadas como natureza/sociedade, tecnologia/cultura, mas, ao contrário, é preciso partir da compreensão da unidade deles: “Um regime alimentar, um regime sexual, regulam, antes de tudo, misturas de corpos obrigatórias, necessárias ou permitidas. Até mesmo a tecnologia erra ao considerar as ferramentas nelas mesmas: estas só existem em relação às misturas que tornam possíveis ou que as tornam possíveis” (DELEUZE; GUATTARI, 1995a, p.31).

O segundo tipo, os “agenciamentos de enunciados coletivos”, por sua vez, apontam para “regime de signos, a uma máquina de expressão cujas variáveis determinam o uso dos

---

<sup>97</sup> “Todo agenciamento é, em primeiro lugar, territorial. A primeira regra concreta dos agenciamentos é descobrir a territorialidade que envolvem [...]. Descobrir os agenciamentos territoriais de alguém, homem ou animal: ‘minha casa’. (...) O território cria o agenciamento. O território excede ao mesmo tempo o organismo e o meio, e a relação entre ambos; por isso, o agenciamento ultrapassa também o simples ‘comportamento’ (...)” (DELEUZE; GUATTARI, 1997, p. 218).

elementos da língua” (1995a, p.32). Eles não remetem a um sujeito particular, pois, como se referem a um conjunto de signos partilhados em uma determinada linguagem, se efetivam apenas em meio ao tecido social, e não simplesmente subjetivo. Contudo, os dois tipos de agenciamentos, mesmo diferentes, não se anulam, ao invés disso, os dois, reciprocamente, incidem um ao outro; o primeiro atribuindo significado e demarcações ao segundo. É a partir desse movimento mútuo entre agenciamentos que se constitui um território, no sentido do atribuído pelos autores, todavia, esses dois tipos de agenciamentos não estão sozinhos na composição dos territórios, os outros componentes encontram-se nos fenômenos de “desterritorialização” e “reterritorialização”.

Para os autores, as territorialidades subjetivas, sociais, geográficas, políticas etc., “[...] são, pois, atravessadas, de um lado a outro, por linhas de fuga que dão prova da presença, nelas, de movimentos de desterritorialização e reterritorialização” (DELEUZE;GUATTARI,1995a, p. 71)<sup>98</sup>. De acordo com Deleuze e Guattari (1996), esses dois movimentos estão intrinsecamente amalgamados, são simplesmente indissociáveis, e não estão restritos a questões geográficas, mas, antes disso, estão no plano do pensamento.

De forma sumária, podemos dizer que o primeiro se refere ao movimento de desconstrução do território, já o segundo a sua reconstrução. Para esses autores, a desterritorialização pode vir a ser “relativa” ou “absoluta”, da mesma forma que a “reterritorialização”; a primeira possibilidade diz respeito ao socius, aos deslocamentos e desconstruções orquestradas pelo (s) indivíduo (s) dentro da trama social em que vive; a segunda, a “absoluta”, refere-se ao nível das ideias, é ela a responsável pela ruptura de pensamento, dando margem para potência criadora e inovadora de cada indivíduo<sup>99</sup>.

Sem embargo, o cotidiano das dinâmicas interativas experimentadas pelos participantes do CSC (território do torcer), não está isento de movimentos de “desterritorialização” e “reterritorialização”. Os membros que o compõe, sobretudo os ativos, experimentam um cenário onde a confluência de diferentes moralidades e visões de mundo ao se confrontarem, proporcionam trocas de opiniões que, ao divergirem entre si, tomam contornos

---

<sup>98</sup> Deleuze e Guattari (1996) sinalizam a existência de três tipos linhas que atravessa os territórios subjetivos individuais e que estão presentes em nossas relações sociais. Elas são as linhas de segmentaridade duras, comuns e características de macro estratos estabelecidos socialmente como classe social, identidade e gênero; as linhas maleáveis, atuantes nas “micro relações moleculares” do dia a dia, e caracterizadas por uma desestratificação relativa, colocando assim o eu subjetivo em movimento, e, por fim, as linhas de fuga que “são linhas de ruptura, formas de rompimentos que promovem transformações muitas vezes imperceptíveis” (DELEUZE; GUATTARI, 1996, p.67).

<sup>99</sup> Como não pretendo me prolongar nessa discussão, indico ao leitor que queira se aprofundar no debate, procure na obra “Mil Platôs, vol. 2” (C.f DELEUZE; GUATTARI, 1995b), mais especificamente no cap. 4, onde os autores sinalizam que não podemos reduzir ou hierarquizar os agenciamentos, mas sim procurar saber como eles se relacionam reciprocamente.

acalorados, até mesmo conflituosos, permeados por palavras de baixo calão e ofensas pessoais, chegando em muitos casos a contar com a intervenção da moderação e, em certas ocasiões, chegam a ultrapassar o espectro das discussões futebolística. Segundo Isaac Guerreiro Caúla, 34 anos, sociólogo de formação, membro do CSC desde 2013, esses debates diminuíram em comparação a tempos atrás, mas continuam existindo, pois são para características inerentes ao próprio ambiente digital em questão.

Comigo nunca faltaram com respeito não, mas já discordaram da minha opinião diversas vezes, eu discuti e tudo, mas nada muito acalorado não, mas eu já vi vários. Isso diminuiu muito, que eu venho percebendo, de um ano pra cá, não sei o que tá acontecendo, acho que é porque o Ceará não tá ganhando mais nada, aí o povo tá mais humilde [...] se o cara acha isso, tem que comentar, se eu concordo ou discordo, é aquele negócio...é fórum, é fórum de discussão mesmo, o Facebook dos grupos foram feitos pra isso mesmo. (Trecho de entrevista – 21/01/2017)

Durante o tempo que estive em campo, esses embates ocorrem constantemente, eles iam desde de divergências de opinião na escalação do time para próxima partida, passando por discordâncias na escalação de determinado atleta, versando algumas vezes sobre assuntos relacionados a direção administrativa da instituição e seu modus operandi de gerir o clube, chegando a assuntos pontuais, como a contratação de um determinado jogador, ou assuntos mais espinhosos, como foi o caso dos protestos contra a diretoria após uma desclassificação, e que contaram com atos dito por alguns como “vandalismo”:

Fortaleza, 10 de abril de 2016

Diário de Campo/ Protesto e o Vandalismo

O Ceará estava desclassificado do campeonato cearense de 2016. Depois de uma campanha irregular, o time alvinegro que dependia de uma combinação de resultados acabou vencendo o Uniclinic pelo placar de 5 a 1, mas não se classificou.

Após assistir ao jogo pela televisão em uma churrascaria da cidade de Fortaleza, resolvi ainda no mesmo local acessar o Facebook, por meio do meu smartphone através da rede wifi que era disponibilizada pelo estabelecimento, com o intuito de visualizar as postagens que foram feitas no grupo durante a partida e após seu término.

Uma das publicações que iniciavam a página, era a de um torcedor que compartilhou uma imagem que tinha como pano de fundo o estádio do Plácido Aderaldo Castelo, o Castelão, e trazia tanto o emblema da torcida organizada Cearamor como escudo do clube cearense intercalando uma frase com letras brancas que dizia: “Se vocês não

respeitem a história do Ceará, nós vamos fazer vocês respeitarem! Paciência, tem limite! SOMOS TORCIDA!”. A imagem possuía conotações, segundo alguns membros, de ameaça, e foi elaborada deliberadamente por membros da organizada. O torcedor, deixou claro não fazer parte da organização, provavelmente teve acesso a imagem em outro espaço online e a publicou no grupo. A imagem desencadeou uma série de comentários, uns a favor da ideia de se cobrar “mais respeito” por meios mais incisivos, outros, mostraram-se mais pacíficos, e defendiam atos e protestos sem práticas de depredação do patrimônio do clube, como pichar os muros da sede ou quebrar alguma bem material, atos que foram taxados de “vandalismos” por uma parte dos membros do grupo.

“Vandalismo é a solução, vandalismo traz medo”, “Você tem razão, acabou a paciência”, diziam os comentários favoráveis, outros “Vandalismo é o caralho, respeite o clube e seu patrimônio”, “Vandalismo é imbecialidade”, asseveravam os comentários contrários, e alguns, seguiam a linha de “Sou a favor de protestar, mas sem depredar o patrimônio do clube”.

Esse debate durou por alguns dias, mas logo veio a ser deixado de lado por aqueles que participavam da discussão. Cada membro sustentava seu argumento, e o consenso sobre o tema de tomar o “vandalismo”, no sentido de depredação do patrimônio do clube, como método mais eficaz de cobrança acabou não chegando a um consenso. Aqueles que defendiam que “sim”, argumentavam que apenas por meio do “medo” os dirigentes iriam atender as reivindicações da torcida, os que acreditavam em protestos sem depredação concebiam que era possível reivindicar sem macular o patrimônio do clube, evitando gastos financeiros para a instituição, resultado que segundo eles, um torcedor jamais poderia desejar para seu clube.

Em comum, além de serem costurados por cargas subjetivas individuais, ao mesmo tempo, todos esses debates têm como característica o fato de não estarem dissociados do mundo social onde os membros que o deflagram estão inseridos, pelo contrário, são constantemente atravessados pelo que Deleuze e Guattari (1996, p.69) chamaram de linhas “molares” e “moleculares”. De acordo com os autores da “teoria das multiplicidades”, Deleuze e Guattari (1995,1996), da mesma forma que o “pensamento rizomático”, que é descentralizado, fluído, horizontal e “voltado para uma experimentação ancorada no real” (1995, p.22), contrapõe, mas não nega, o “pensamento arborescente” que é operado por meio da hierarquização e centros de

referência, como demarcaram Deleuze e Guattari (1995, p.15)<sup>100</sup>; ao contrário, os dois modelos se relacionam, um influenciando no outro, mudando a natureza de ambos, as “linhas moleculares” (micropolíticas; afetos, acontecimentos) e “linhas molas” (macropolíticas; hierarquias, Estado etc.) coexistem no mesmo plano e se transpassam simultaneamente, como indicou Deleuze e Guattari (1996,p.70), “[...] as duas linhas não param de interferir, de reagir uma sobre a outra, e de introduzir cada uma na outra uma corrente de maleabilidade ou mesmo um ponto de rigidez”. Ainda segundo esses autores, a coexistência dessas linhas é tanto indubitavelmente viável como potencialmente necessário para o estabelecimento de uma multiplicidade rizomática de agenciamentos:

Toda sociedade, mas também todo indivíduo, são, pois, atravessados pelas duas segmentariedades ao mesmo tempo: uma molar e outra molecular. Se elas se distinguem, é porque não têm os mesmos termos, nem as mesmas correlações, nem a mesma natureza, nem o mesmo tipo de multiplicidade. Mas, se são inseparáveis, é porque coexistem, passam uma para a outra, segundo diferentes figuras como nos primitivos ou em nós - mas sempre uma pressupondo a outra. Em suma, tudo é político, mas toda política é ao mesmo tempo macropolítica e micropolítica. (DELEUZE e GUATTARI, 1996, p.90)

O CSC é um ambiente favorável para o cruzamento dessas linhas, evidenciadas geralmente em boa parte das discussões mais acaloradas e extensas que emergem no grupo. Normalmente, em parte desses embates, os temas do “futebol” e “Ceará Sporting Club” despontam como um pano de fundo para outros assuntos. Essas discussões, ao serem deflagradas, sublimam opiniões, desejos, orientações e escolhas que iminentemente ultrapassam a esfera da discussão futebolística. Notadamente, essa característica demonstra que o clubismo futebolístico vivenciado na esfera online pelos participantes do grupo não se encontra orientado somente por códigos morais e culturais preexistentes e estruturantes de uma subjetividade torcedora, mas é uma composição de elementos e vetores que extrapolam o espectro futebolístico.

---

<sup>100</sup> Nas palavras de Deleuze e Guattari (1995a.p.15): [...] qualquer ponto de um rizoma pode ser conectado a qualquer outro e deve sê-lo. E muito diferente da árvore ou da raiz que fixam um ponto, uma ordem. A árvore linguística à maneira de Chomsky começa ainda num ponto S e procede por dicotomia. Num rizoma, ao contrário, cada traço não remete necessariamente a um traço linguístico: cadeias semióticas de toda natureza são aí conectadas a modos de codificação muito diversos, cadeias biológicas, políticas, econômicas, etc., colocando em jogo não somente regimes de signos diferentes, mas também estatutos de estados de coisas.

### 3.1.1 O caso do jogador Wesley

Na tarde do dia 16 de junho do ano de 2016, o setor de comunicação do Ceará Sporting Club anunciou oficialmente a contratação do meio-campista Wesley Gomes do Santos. O atleta que já havia passado pelo clube no ano passado, veio por meio de empréstimo do clube do Atlético Mineiro – MG. A negociação passou por uma série de entraves que dificultaram o processo<sup>101</sup>, um deles, talvez o mais salutar e difundido pela grade mídia, foi a polêmica que envolvia o jogador e sua ex-companheira, que havia o acusado da prática criminosa de violência doméstica, sendo indiciado criminalmente pela prática de tortura, agressão e estupro<sup>102</sup>.

A notícia da possível contratação do jogador, dividiu as opiniões da torcida alvinegra, ainda mais porque meses antes da efetivação da contratação do meia, todo o país – e até o mundo – assistiu perplexo o crime de estupro coletivo ocorrido na cidade do Rio de Janeiro, onde uma jovem foi vítima de violência sexual praticada por cerca de trinta homens<sup>103</sup>, que para além do ato, gravaram e divulgaram um vídeo com cenas explícitas do crime. O fato gerou uma onda de protestos e intervenções no país, além de ganhar as pautas de discussões midiáticas e da opinião pública.

Diante desse cenário, a vinda do meia Wesley dividiu parte da torcida alvinegra basicamente em dois blocos: um dos “favoráveis”, e o outro dos “contrários”. Os primeiros defendiam que “futebol, futebol, assuntos pessoais a parte”, argumentando que ele era um profissional e sua vida pessoal não diria respeito a torcida e nem ao clube que o havia contratado como reforço para melhorar o rendimento do meio de campo do time; já os contrários achavam que era inadmissível um clube como o Ceará, diante de um cenário onde crimes contra a mulher estavam sendo discutidos, contratar justamente um acusado de tal prática.

---

<sup>101</sup> Fonte: Jornal O Povo online. Disponível em:< <https://goo.gl/v9j1hK>> Acesso em 20/07/2016.

<sup>102</sup> Fonte: Jornal O Povo online. Disponível em:< <https://goo.gl/DRAf6Z>> Acesso em 20/07/2016.

<sup>103</sup> Fonte: G1 Portal de Notícias. Disponível em:< <https://goo.gl/Y0vG94>> Acesso em 20/07/2016.

Figura 4 - Faixa em protesto a contratação do jogador Wesley<sup>104</sup>.



Os membros do CSC não ficaram isentos desta peleja entre pontos de vista divergentes. Assim como nas ruas e em outras mídias sociais digitais, o assunto tomou conta do cotidiano do torcedor alvinegro, pelo menos durante algumas semanas. No dia 21 de junho Wesley volta aos gramados com a camisa do time cearense para um jogo contra a equipe do Oeste -SP, em partida válida pela décima primeira rodada do Campeonato Brasileiro da série B, no estádio Arena Castelão, em Fortaleza. Naquela terça-feira, o Ceará vence o Oeste por um placar de 1 a 0, com gol marcado no segundo tempo pelo atleta Wesley, após dois minutos de sua entrada no lugar do meio-campista Ricardinho. A vitória não sanou a celeuma que envolvia o caso do atleta, pelo menos não no CSC.

Fortaleza, 21/06/2016

Diário de Campo/ Caso Wesley

O jogo acabou por volta das 21h30, Ceará vence e consegue 20 pontos e continua na briga pelo acesso à série A do Brasileirão. Mesmo após o termino da partida, o tópico do jogo do dia ainda continua a receber comentários como habitualmente é feito, até porque, a moderação proibi, no caso não aprova a realização de outros posts pelo menos algumas horas depois do termino da partida, eles dizem que é por motivos de organização. Entretanto, algumas horas após o encerramento do jogo, um dos moderadores realiza uma postagem com

<sup>104</sup> Fonte: Jornal Diário do Nordeste. Disponível em: < <https://goo.gl/aASnLt> > Acesso em 20/07/2016.

a seguinte indagação: “E aí, quem foi daqui que comemorou o gol do Wesley? Eu comemorei, e vocês?” Não demorou muito para que todas as atenções fossem voltadas para essa publicação.

Claramente o moderador estava estimulando uma discussão, e usou de um tom de zombaria – pelo menos foi o que o mesmo alegou, ser uma “brincadeira com a torcida”- para iniciar uma troca de opiniões. Em questões de minutos dezenas de likes e reações foram despontando na postagem, da mesma forma, mais uma dezena de comentários foram surgindo. Como eu já esperava, tendo em vista a polêmica em torno do assunto, dois blocos de torcedores foram se formando, os favoráveis e os desfavoráveis à vinda do Wesley.

Contudo, o debate agora não era meramente voltado a sua vinda, mas sim ao papel do torcedor e até que ponto ele vai de encontro com sua “ideologia”. Muitos torcedores, por meio de textos, tentavam articular ideias sobre como é difícil ponderar tal situação, outros reforçavam a tese do que a “vida pessoal do atleta” não importa, contudo que ele renda jogando bem e dando resultado ao clube, outros eram mais incisivos e afirmavam que preferiam que ele não vestisse a camisa do time, e que sim, comemoraram o gol não por ter sido feito pelo atleta, mas por que foi feito pelo “Ceará”. Alguns membros soltaram memes<sup>105</sup> do jogador com frases que faziam referência a uma desproporcionalidade em relação ao que o atleta estava sendo acusado e seu papel para o clube, tendo esse último um peso maior. Um dos memes transmitia a ideia irônica que envolvia tanto a polêmica da violência doméstica quanto a vitória do time: “E aí, gostou da peia Oeste?”. A discussão estava posta e resumida ao seguinte escopo: “Que espécie de torcedor é esse que não diferencia ideologia e posicionamentos sobre temas fora do futebol e o que ocorre com sua equipe?”. O fato é que a discussão começou a ganhar contornos conflituosos, onde torcedores começaram a se desrespeitar e usar de termos pejorativos como “esquerdistas”, “reaça”, “sem noção”, “torcedor fake”, “fuleiragem” etc. Os membros que estavam se sentindo ofendidos começaram a exigir a intervenção da administração do grupo, os moderadores interviram, participaram do post comentando, mas não estavam em consenso; até os membros moderação estava com opinião dividida em relação ao assunto. Um dos moderadores defendeu que era proibido memes e imagens ofensivas que fizessem referência à violência; outro moderador discordou e disse que ali era um ambiente democrático, livre, e a referência

---

<sup>105</sup> Os memes são construções imagéticas que circulam pelo ciberespaço e trazem consigo conteúdos variados. De acordo com Rossini (2014, p.13) “os memes da internet são unidades mínimas de significado que podem ser repassadas de maneira autônoma. São figuras rascunhadas que representam sentimentos, ações e ideias”.

estava na “cabeça de quem vê”. Após cerca de mais de 200 comentários em menos de uma hora, os moderados, em uma reunião online entre si, resolveram excluir o post e por fim na polêmica que havia sido gestada naquela publicação. Um dos moderadores fez o comunicado, em um texto longo, com vários parágrafos que reforça a ideia de que ali todos tinha voz, espaço para dizer o que queriam, que ali as ideias, inclusive, posicionamentos políticos eram respeitados, até o momento que o respeito para com outro fosse respeitado.

A velocidade com que toda discussão começou, se desenvolveu e terminou, foi tamanha, que não pude capturar nenhuma imagem de falas ou até mesmo memes que tinham sido utilizados. Nesse momento, fixei total atenção no desenrolar do tópico como habitualmente faço, procurando compreender o que estava em jogo nas discussões, que acabei não me atentando ao fato que aquela publicação poderia ser excluída tão rapidamente quanto seu começo torrencial.

Em comum, todas essas discussões traziam à tona o fato que, a partir do momento em que o torcedor se envolvia nesses debates, ele poderia argumentar, por meio de seus comentários, suas ideias e posicionamentos, as mesmas que deveriam ser respeitadas pelos outros membros; raros foram os casos de membros que ao iniciarem sua participação em alguma discussão abriram mão de seu direito de argumentar. São nesses momentos argumentativos e de troca de pontos de vistas que se torna tangível o engendramento dos movimentos de “desterritorializando” e “reterritorialização”, ou como salientou pontualmente Joaquim Mota Neto, 29 anos, ensino médio completo, membro do grupo desde 2014, ao falar sobre sua experiência em discussões naquele local e o caráter democrático do grupo:

Sim, sim, já, já discordaram de mim. Apesar de você pensar diferente dos outros membros, isso é normal e o pessoal leva de boa, mas já rolou umas discussões. [...] muito das opiniões diferentes entram em conflito não no quesito futebol em si, mas no apoio político a diretoria executiva, aí quando mistura política sabe, começa a discussão pesada [...] o grupo é democrático no quesito futebol, mas quando se envolve para outras esferas... porque tipo, o futebol já tá enraizado com a esfera política, né? Aí quando envolve política o bicho pega mesmo, por que cada um tem uma opinião fechada que vem de fora, não é só futebol. (Trecho de entrevista – 18/01/2017)

Os casos sobre os protestos contra a diretoria e, particularmente o do jogador Wesley, foram os mais emblemáticos que tive a oportunidade de presenciar durante meu trabalho de campo. Porém, de forma alguma, foram casos pontuais, tendo em vista que vários outros episódios de debates que geraram extensos embates ideológicos que extrapolaram o

campo das análises futebolísticas. Esses episódios proporcionam momentos de “Desterritorializando” e “reterritorialização” nesse locus digital da prática torcedora, configurando uma espécie de movimento centrípeto que, no caso do CSC, sempre encontrava uma forma de reconstruir esse território do torcer.

Essas linhas e movimentos atravessam os participantes do grupo, reverberando em suas intervenções no CSC. Todavia, esses atravessamentos não apontam para uma desvirtuação do grupo, que é destinado majoritariamente para discutir assuntos de cunho futebolístico relacionados ao Ceará Sporting Club. Porém, antes disso, esses movimentos sublinham o quanto o clubismo futebolístico experienciado por estes torcedores não se encontra apartado dos demais seguimentos que compõem a realidade na qual vivem; realidade essa que pode ser: heterogênea, flexível, rizomática, arborescente, molecular e molar. Esse sentimento de pertença assim como o engajamento que em certo sentido ele produz, não pode ser reduzido, mesmo que de certo modo também seja, a uma “dramaturgia de papéis pré-estabelecidos”<sup>106</sup> por códigos socioculturais exteriores ao indivíduo, mas, de fato, é uma experiência integrada as “multiterritorialidade” (HAESBAERT, 1994)<sup>107</sup> que constituem o sujeito social.

Por vezes, essas recorrentes discussões enquadram-se em verdadeiros embates ideológicos, e não evidenciam apenas a existência de visões de mundo dissonantes entre si, elas também reafirmam o grupo enquanto coletivo de indivíduos heterogêneos. Resgatando a clássica definição de Georg Simmel (1983), o “conflito” é tão importante e fundamental para manutenção da vida em coletividade quanto o próprio consenso, pois, em um grupo heterógeno, como é o exemplo do CSC, o conflito permite engendrar certa unidade por expor os contornos demarcatórios do próprio coletivo, da mesma forma que gera efeitos coletivizadores que extrapolam o próprio instante e o propósito imediato do agrupamento, “(...) o conflito é mais a oportunidade para as unificações exigidas internamente do que o propósito dessas unificações” (SIMMEL, 1983, p. 159).

No entanto, parte dos integrantes do grupo considera que o estabelecimento de ordem proporciona uma organização coesa do próprio grupo. Essa coesão é bastante almejada por boa parte dos membros mais ativos, e se configura como um importante elemento para manutenção desse CSC. Dessa parcela de participantes engajados na manutenção da

<sup>106</sup> Aqui faço uma referência ao trabalho de Goffman (2002) e a sua teoria da representação social.

<sup>107</sup> Segundo o geógrafo Rogério Haesbaer (1994), intérprete do pensamento deleuziano, [...] a existência do que estamos denominando ‘multiterritorialidade’, pelo menos no sentido de experimentar vários territórios ao mesmo tempo e de, a partir daí, formular uma territorialização efetivamente múltipla, não é exatamente uma novidade, pelo simples fato de que, se o processo de territorialização parte do nível individual ou de pequenos grupos, toda relação social implica uma interação territorial, um entrecruzamento de diferentes territórios. Em certo sentido, teríamos vivido sempre uma ‘multiterritorialidade’” (HAESBAER, 1994, p. 344).

organização do grupo, os membros responsáveis pela moderação do CSC seria o conjunto de participantes que possuem o compromisso declarado com o esforço de manter o grupo com um padrão de organização.

### 3.2 A Moderação: controle, organização e vigilância

Para compreender as dinâmicas interativas que cercam as formas de sociabilização que costuram a convivencialidade clubista do CSC, é preciso ter em mente que elas são orientadas, até certo ponto, por regras de conduta, algumas mais claras, como dito anteriormente, explicitadas na descrição do grupo, outras, implícitas, que foram se constituindo a partir dos fluxos de interações.

De acordo com Howard Becker (2008, p.15), “Todos os grupos sociais fazem regras e tentam, em certos momentos e em algumas circunstâncias, impô-las. Regras sociais definem tipos de comportamento a elas apropriadas, especificando algumas ações como ‘certas’ e proibindo outras como ‘erradas’”. Nesse sentido, o CSC não se apresenta como uma exceção a essa lógica, como deixa claro um trecho da descrição das regras do grupo: “Quem infringir as regras não será Banido, o post será apagado e o membro advertido para não cometer mais o mesmo erro” (Trecho das regras do grupo –administradores do CSC. 25/08/2016).

Apagar o post de um membro e advertir o mesmo por uma conduta “inadequada” são espécies de “sanções normalizadoras”, no sentido foucaultiano<sup>108</sup> do termo, aplicadas pelos moderadores aos membros que infringem as regras do grupo, o “banimento”, por sua vez, já ultrapassa a categoria de sanção, ele funciona como uma pena, um “castigo disciplinar” (FOUCAULT, 2012, p.155), que tem o intuito de evitar novos “desvios” dentro desse coletivo online de torcedores. Essas estratégicas disciplinadoras são orquestradas e aplicadas pelos administradores sobre a justificativa de manter o grupo sempre “organizado” e “democrático”. De fato, ainda no ano de 2014, quando ao rascunhar ideias sobre o projeto embrionário desta pesquisa, realizei algumas observações exploratórias do CSC no intuito de identificar algumas de suas particularidades. Uma delas era o apelo por parte dos administradores e de alguns membros mais ativos a ideia de que o grupo era sobretudo um

---

<sup>108</sup> De acordo com Foucault, a “disciplina” é uma modalidade do “poder disciplinar”, e se caracteriza pela utilização de métodos e tecnologias de controle dos indivíduos. Entre esses métodos de controle, Foucault (2012) destaca a “sanção normalizadora”, que funciona através de punições que se postam como medidas de correção para os comportamentos desviantes, e a seu tempo, segundo o autor, ela “traz consigo uma forma específica de punir e que é apenas um modelo reduzido do tribunal” (FOUCAULT, 2012, p. 172).

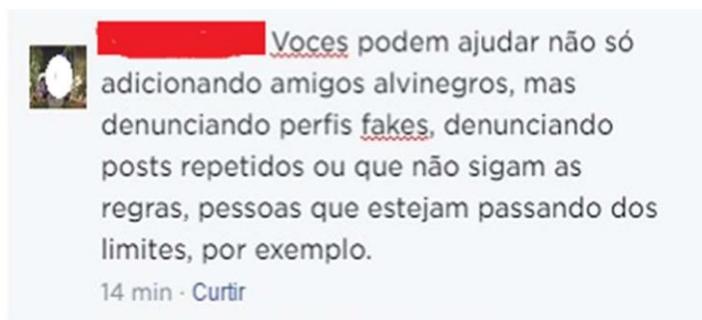
ambiente democrático e organizado para torcedores alvinegros trocarem suas experiências, opiniões e se informar sobre o que acontecia no dia a dia do clube cearense.

A defesa mais fervorosa dessa ideia ficava a cabo dos moderadores participantes que se enquadram no que Latour (2012, p.55) chamou de “porta-vozes” dos grupos sociais, pois, segundo as palavras do intelectual francês, são essas figuras as responsáveis por “falarem pela existência do grupo”. Esses “porta-vozes”, além de filtrarem o que pode ser publicado, passando por quem pode participar do espaço, estão atentos aos momentos de turbulência pelo qual o grupo pode vir a passar, como deixou claro um dos meus interlocutores que compõe a administração, Pedro Lucas, 21 anos, estudante, membro desde 2013:

Eu sempre deixo bem claro ali, quando tá tendo algum debate e começa a tomar caminhos mais tortuosos, caminhos que vão levar para ofensas, eu já deixo logo bem claro ali, que o respeito tem que prevalecer, acima de tudo respeito. Porque todos nós ali somos torcedores do Ceará, todos nós desejamos o bem do Ceará. [...] é importante que todos ali estejam unidos! (Trecho de entrevista - 22/01/2017)

A ideia de organização do grupo e união de participantes caminham juntas. Um grupo organizado, sério e acima de tudo, um grupo “unido”. De certo modo, essa união sinalizaria a existência de uma boa convivência entre seus membros. Entretanto, a tarefa de buscar e manter uma boa convivialidade clubística dentro do CSC não é uma responsabilidade restrita da moderação, mas está distribuída aos demais membros, como deixa claro o print do comentário de um dos moderadores sobre as formas que os demais membros poderiam utilizar na organização do grupo.

Figura 5 – Print screen de comentário de um moderador<sup>109</sup>



<sup>109</sup> Fonte: Grupo CSC. Disponível em: < <https://www.facebook.com/groups/GrupoCearaSC/> >. Acesso em 21/08/2015.

Se a “unidade” é um valor perseguido pelos administradores, a democracia não fica atrás. Uma das estratégias adotadas pela moderação para se atingir o tal ideal democrático<sup>110</sup> encontra-se na realização de enquetes que, abertas a todos os membros, propõem colocar em votação algum assunto que possa causar divergências entre os participantes.

Figura 6 - Realização de uma enquete<sup>111</sup>



A elaboração das enquetes não fica a cargo restritamente da moderação, todo membro pode vir a realizar uma. Elas abordam temas que vão desde perguntas sobre como é possível melhorar a dinâmica interativa do grupo, até opiniões sobre a diretoria executiva da agremiação. Uma dessas enquetes, realizada no mês de outubro de 2016 e criada por um dos membros bem ativos do grupo, particularmente, desencadeou um debate sobre o papel e o caráter voluntário desse grupo de torcedores que administram o CSC.

<sup>110</sup> Uma outra estratégia destinada a organização democrática do grupo é a existência de um tópico fixo intitulado de Ouvidoria, destinado a reclamações, opiniões e ideias que membros podem vir a utilizar.

<sup>111</sup> Fonte: Grupo CSC. Disponível em: < <https://www.facebook.com/groups/GrupoCearaSC/>>. Acesso em 30/06/2016.

Figura 7 – Enquete realizada por um membro não integrante da moderação<sup>112</sup>



Além de ilustrar o fato de que qualquer membro que não integre a moderação pode realizar uma enquete, como sublinha esse episódio particular, o print acima traz um comentário de um dos moderadores, que em tom de ironia, ressalta o voto de um outro membro da moderação que havia sido favorável a continuação do mandato do atual presidente do Ceará Sporting Club, Robson de Castro. O comentário irônico foi direcionado ao membro responsável por criar a enquete, já o responsável pelo comentário acusatório era uma figura reconhecida entre os membros mais ativos do CSC como ferrenho opositor da diretoria administrativa e executiva do clube cearense, principalmente a figura do presidente. Esse membro, como pude comprovar durante meu trabalho de campo, constantemente tecia comentários críticos sobre o papel e a interferência da moderação nas discussões que aconteciam no grupo. Em geral, essas críticas repousavam na ideia hipotética de que, segundo esse participante, os adm do CSC ganhavam financeiramente para evitar críticas a diretoria, funcionando como uma espécie de círculo de torcedores responsáveis por, nas palavras nativas, blindar a diretoria.

A acusação ia de encontro ao que os próprios moderadores afirmavam, repetidamente, que estavam ali realizando um “trabalho voluntário” e que não tinham nenhuma remuneração financeira, nem do clube e nem de nenhuma outra entidade. Inicialmente, o episódio causou certo estranhamento em alguns membros, que se perguntaram “vocês recebem

<sup>112</sup> Fonte: Grupo CSC. Disponível em <<https://www.facebook.com/groups/GrupoCearaSC/>> Acesso em 28/10/2016.

para organizar o grupo”, mas, ao decorrer dos comentários, todos os membros da administração se fizeram presente, e cada um à sua maneira, negaram a acusação de serem financiados pela diretoria do clube cearense.

A discussão foi encerrada prematuramente, contudo, não deixou de me suscitar uma série de questionamentos sobre a figura desses administradores; seu papel e seus modos de administrar essa tarefa de “organização” e defesa democrática da “liberdade de expressão” dentro do grupo.

### 3.2.1 Tornando-se um moderador: critérios e funções

A primeira conversa que tive com um participante do grupo, foi com meu amigo de faculdade, parceiro de arquibancada, e, naquela ocasião, um dos seis moderadores do CSC, Caio Rabelo. Membro desde 2011, Caio havia sido convidado a participar da moderação ainda no ano de 2014, ou seja, antes do início de meu trabalho de campo. Entre as primeiras perguntas que fiz a Caio, uma dizia respeito ao seu início como moderador do grupo, como havia se dado essa mudança de status:

Cara.... acho que foi em 2014,ó! Não sei dizer exatamente quando, mas foi mais pelo fim do ano, quase certeza. [...] Me convidaram, perguntaram se eu tava a fim de ajudar administrar o grupo, acho que viram que eu escrevia muito lá, participava e tal.... Eu já era amigo de dois moderadores no face, aí eu topei, e tô aí até hoje. [...] Na época, eu lembro, foi quando eu estava com tempo livre, tinha acabado a faculdade, tava só estudando para aquele curso lá que te falei uma vez, de mercado internacional... Estava direto lá no grupo, comentando, discutindo e vendo as coisas. Acho que eles perceberam isso, viram que eu não falava muita “merda” (risos)... aí me chamaram pra ajudar, e eu topei. (Trecho de entrevista - 20/09/2016)

Na opinião de Caio, a expressividade coesa de ideias, ou como ele mesmo propôs, sua capacidade de “não falar merda”, juntamente com sua assiduidade participativa no CSC configuraram qualidades que o habilitaram a receber o convite, feito pelos moderadores mais antigos, para fazer parte desse grupo, mudando assim seu próprio status dentro daquele ambiente online. Outro moderador, Pedro Lucas, também me relatou o quanto a sua assídua presença e a sua comunicabilidade contribuíram para que se tornasse um moderador; além do fato de que, da mesma forma que Caio, ele também possuía entre sua lista de amigos particulares em sua conta do Facebook, um dos moderadores.

O convite surgiu a partir do Yuri, que ele também era moderador e já éramos amigos no Facebook. O convite foi feito porque eu era assim, mesmo não sendo moderador, eu era um membro muito ativo, que tava por dentro dos assuntos, estava sempre disponível em responder o pessoal que tinha dúvidas e tal, e daí com esse critério de sempre ser ativo, de ter opiniões e ideias sensatas e democráticas, com respeito acima de tudo, e comunicativo, prestativo, enfim, foi isso que me tornei um moderador (Trecho de entrevista - 22/01/2017).

A ideia de se demonstrar opiniões “sensatas” e “democráticas” para se tornar um moderador está relacionada diretamente ao anseio dos organizadores do CSC de uma unidade organizativa. Por outro lado, assim como é cobrado dos membros ativos uma postura respeitosa diante de opiniões divergentes, essa cobrança recaí com maior peso sobre os ombros dos administradores. Um moderador precisa mostrar “sensatez” e “respeito” em suas intervenções no grupo, pois o que está em jogo não é apenas sua própria imagem, mas a própria credibilidade da moderação. Caso a imagem de um moderador seja vista por alguns membros como de “insensato”, “desrespeitoso” e “autoritário”, as críticas podem vir a ressoar para todo coletivo de administradores; não existe “um moderador isolado”, mas sim um conjunto deles, existe uma moderação.

Além dessa ressonância, a partir do momento em que um moderador é visto como “autoritário” e “antidemocrático”, essa imagem acaba abrindo precedente para que membros, fora da moderação, possam também tecer comentários “insensatos” e “desrespeitosos”, ou seja, “antidemocráticos”, afinal, todos os membros têm os mesmos direitos e deveres, e estão sobre a vigência das mesmas regras. Em resumo, os moderadores precisam demonstrar um comportamento exemplar aos demais membros, do contrário, os esforços que visam manter o CSC um espaço organizado e democrático podem ser em vão.

Retomando as trajetórias dos moderadores, diferente do atravessado por Caio, o percurso de Pedro Lucas na administração do CSC é marcado por um afastamento, seguido de uma reintegração. Como o mesmo deixou claro:

Assim, eu já saí e voltei da moderação. Anos atrás eu tive...tive que sair, por alguns problemas, minha avó estava doente, enfim, eu não estava mais entrando muito no Facebook, enfim, não estava muito ativo, então me retiraram, aí eu concordei. Não pedi, mas também não achei ruim. Depois de mais de meses, quando voltei a ficar mais presente, surgiu de novo o convite, justamente pelos mesmos motivos da primeira vez, inclusive o fator tempo, agora eu tinha voltado a ter. E me chamaram de novo, por que os outros moderadores não estavam também com tanto tempo, e os moderadores que mais ficavam não davam dando conta, por que recebe muita solicitação, tanto pra ser membro como pra aprovar posts... (Trecho de entrevista - 22/01/2017).

Estar constantemente participando das discussões, expressar sua opinião de forma coerente, ter respeito pela opinião do outro, mesmo tendo divergências com ela, são os critérios mais nítidos que identifiquei. Contudo, aparentemente nem todos os membros ativos atendem a esses critérios; esses ditos “requisitos básicos” estão imbricados com outros fatores e elementos.

Um dos primeiros fatores que pude perceber na época do trabalho de campo, foi o contexto situacional do próprio convite. Na época, os convites feitos ao Caio e ao Pedro Lucas, foram realizados para suprir uma carência administrativa, oriunda de um descompasso participativo entre os membros da moderação. Em linhas gerais, quanto mais tempo distante do grupo um moderador se encontrava, mais afastado estava das discussões e das tarefas que se propunha a desempenhar, transferindo assim, para os outros moderadores que continuavam ativos, uma sobrecarga de funções.

Em suma, quanto menos administradores atuando no grupo, mais “trabalho” para os que se mantinham engajados nessa atividade. O fator situacional fica explícito nas palavras do moderador Yuri Capibaribe, o mais antigo moderador com quem tive oportunidade de conversar: “Não existe uma periodicidade de contratações...ops, convites, é mais por uma questão de necessidade mesmo.” (Trecho de entrevista – 20/12/2016)

Outro elemento que interfere na escolha de moderadores, diz respeito às questões objetivas que proporcionam a esses membros o engajamento nesse empreendimento. Possuir tempo livre é um outro requisito necessário para que um membro possa vir a ser convidado a fazer parte da moderação.

Os convidados a administrarem o grupo precisavam, usando os termos de meus interlocutores, “não falar muita merda” (Caio Rabelo), “ser comunicativo, prestativo, respeitoso e democrático” (Pedro Lucas) e, o requisito que acredito ser o mais importante dos já mencionados, o de “estar por dentro dos assuntos do clube” (Yuri Capibaribe). O “não falar muita merda” significa dizer que as intervenções, em geral, textuais, realizadas por determinado membro possuem uma articulação coesa entre raciocínio e argumento, tendo como propósito transmitir suas mensagens de forma mais objetiva e mais clara possível. O quesito apontado por Pedro Lucas está alicerçado em valores que tangenciam a boa comunicabilidade e em um certo censo democrático. As posturas de respeito para com a opinião de terceiros e a de “estar por dentro dos assuntos do clube”, demandam a ideia de que o participante que atenda o perfil de ser um moderador precisa, necessariamente, estar sempre atualizado sobre a rotina da instituição do Ceará Sporting Club e seus acontecimentos.

Conseguir elaborar pensamentos e expressá-los de forma articulada e coesa, inteligíveis a maioria dos membros, ser um participante que respeita a opinião dos demais, prezar por um bom convívio com outros participantes, e dispor tanto de informações pertinentes sobre o clube, como sobre o contexto do futebol profissional no qual se encontra inserido a agremiação alvinegra cearense (informações sobre o mercado de atletas, sobre regulamentos de competições, desempenho de outras equipes etc.), despontam como os requisitos determinantes na escolha de um moderador. Elementos que foram confirmados pelo interlocutor que participa há mais tempo da administração do grupo (desde 2012), Yuri Capibaribe:

O critério é justamente esse, primeiro você seleciona as pessoas que estão mais ativas no grupo. Nós percebemos isso pela frequência mesmo dos comentários, se eles são bem ativos. Aí depois a gente vê como é que eles comentam, se eles são pessoas que respeitam o ponto de vista dos outros, se eles falam coisas relevantes, assim, se tem um perfil criterioso no que fala. [...] Nós entramos em contato pelo Facebook mesmo, inbox, perguntamos sobre a disponibilidade de tempo, caso aceitem a gente passa umas regras gerais e pronto. (Trecho de entrevista – 20/12/2016)

Particularmente, para os três administradores que foram meus interlocutores, o que os diferenciava dos demais membros não eram seu status de administradores, mas sim, as funções que esse status demandavam, como esclareceu Pedro Lucas: “Não é por que eu sou administrador que minha opinião vale mais, é todo mundo igual, todo mundo torce Ceará, e cada um tem uma opinião que tem que ser respeitada” (Trecho de entrevista - 22/01/2017). Desse modo, é lícito dizer que os integrantes do seletivo grupo de moderadores possuem um “duplo vínculo” (GOLDMAN,2006) dentro do grupo, pois, ao mesmo tempo em que são administradores, também são participantes ativos, e como tais, vivenciam esse espaço, estando passíveis à fiscalização dos demais membros, às próprias regras que elaboraram e as penalizações que estipularam.

Na opinião dos três, o CSC é um espaço horizontal, democrático, e o que diferencia do grupo de administradores em relação aos outros membros é o fato de que eles estavam encarregados de avaliar, fiscalizar, advertir e filtrar conteúdos e membros; incumbências fundamentais para alcançar o objetivo idealizado de organização e democracia dentro do grupo. Essas tarefas não são divididas hierarquicamente, mas sim, realizadas de acordo com o tempo e disposição de cada moderador, como deixou claro Pedro Lucas:

Assim, geralmente, a gente não divide tarefas não. Cada um faz um pouco de tudo; aceitar publicações, adicionar novos membros e tal. [...] Ficar presente, comentando e debatendo em algumas publicações, também é tarefa nossa, até mesmo para avaliar alguns comentários, por que às vezes tem comentários ofensivos, que ofendem e denigrem as pessoas, por isso a gente fica de olho pra notificar esses membros, que na próxima, se continuar insistindo em ficar ofendendo, a gente adverte que a pena é ser suspenso, banido mesmo do grupo. Mas também a gente fica de olho pra vê se tem alguém solicitando nossa ajuda, para tirar dúvidas e tal. Nós, assim, não dividimos muito as tarefas, cada um faz ali alguma coisa. (Trecho de entrevista - 22/01/2017)

De acordo com Pedro Lucas, o núcleo de moderadores compartilha de um espaço paralelo ao grupo, que tem o intuito de esclarecer divergências ou até mesmo dúvidas sobre determinados procedimentos entre os moderadores, como penalizações a membros, exclusão dos posts. Esse outro espaço é nomeado de “Moderação do CSC”, e que não se localiza no Facebook, mas sim, no aplicativo do WhatsApp.

É por meio desse outro grupo que os administradores trocam suas opiniões, traçam “estratégicas” e “táticas” (CERTEAU, 2012) para organizar as dinâmicas interativas presentes no CSC, tendo em vista que, para esses membros, o que faz o grupo conseguir se diferenciar dos demais, e atrair constantemente mais membros, bem como manter os que já ativos, é seu caráter organizado.

### 3.2.2 Estratégias de organização: padronização, seletividade e ordenamento

Na obra “A invenção do Cotidiano”, Michel de Certeau (2012) desenvolve a ideia de que o “cotidiano” ultrapassa as padronizações impostas pelas regularidades rotineiras do dia a dia. Para além disso, o autor assinala que para compreender a plenitude dos fazeres cotidianos, é preciso que os estudiosos do cotidiano, sobretudo urbano, desloquem sua atenção das práticas cristalizadas pela rotina, para lançar olhares sobre as rupturas drásticas que se dão a partir dos enfrentamentos diários que atores sociais orquestram diante do engessamento da rotina da vida comum, diária e corriqueira.

A partir de pesquisas sobre consumos culturais realizada na França, o historiador Michel de Certeau propõe uma diferente interpretação para as análises sobre as experiências dos sujeitos no espaço urbano cotidiano, as enxergando para além dos limites propostos pelas leituras da teoria social clássica e contemporânea. A teoria sobre o cotidiano certeuniano traz uma recusa ao binarismo ação/estrutura, propondo de forma fragmentada e muitas vezes metafórica uma leitura sobre as “artes de fazer” do “homem ordinário”, ator principal da trama social do espaço urbano. A premissa central, no pensamento de Certeau, é a de analisar a vida

cotidiana a partir das “práticas táticas” e situacionais que comunicam diferentes “modos de fazer” o espaço urbano.

Meu trabalho não visa diretamente a constituição de uma semiótica. Consiste em sugerir algumas maneiras de pensar as práticas cotidianas dos consumidores, supondo, no ponto de partida, que são do tipo tático. Habitar, circular, falar, ler, ir às compras ou cozinhar, todas essas atividades parecem corresponder às características das astúcias e das surpresas táticas: gestos hábeis do “fraco” na ordem estabelecida pelo “forte”, arte de dar golpes no campo do outro, astúcia de caçadores, mobilidades nas manobras, operações polimórficas, achados alegres, poéticos e bélicos. (CERTEAU, 2012, p.97)

Diferente da perspectiva de alguns autores, como Goffman (2007), o cotidiano para Certeau não se define pelas regularidades normativas impostas pelos “papéis sociais”, mas é composto por um “movimento” de diferentes “procedimentos”, e a partir de um diálogo com a “teoria da prática” de Pierre Bourdieu (1996) e a “microfísica do poder” de Michel Foucault (2012). O autor aproxima, sua definição do que seria cotidiano, a noção de “jogo”, um jogo das “práticas”, pois, como assevera o próprio Certeau (2012, p.163), “o jogo dos passos molda espaços. Tecem lugares. ”

A preocupação da qual se ocupava Certeau (2012) passa ao largo de estabelecer modelos das práticas. Ela está antes preocupada com as “práticas cotidianas” que escapam dos chamados “condicionantes sociais” os quais, de certa forma, estão sujeitas, mas escorregam deles constantemente. O autor está interessado em desvendar as “práticas microbianas, singulares e plurais”.

Eu gostaria de acompanhar alguns dos procedimentos – multiformes, resistentes, astuciosos e teimosos que escapam da disciplina sem ficarem mesmo assim fora do campo que exerce, e que deveriam levar a uma teoria das práticas cotidianas, do espaço vivido e da inquietante familiaridade da cidade”. (CERTEAU, 2012, p.163)

Neste percurso analítico, Certeau lança mão de dois pares de conceitos fundamentais para o desenvolvimento de sua proposta, os binômios “estratégias” e “táticas”, e os de “espaço” e “lugar”. Para o autor, mesmo que possuam significados diferente, esses conceitos são correlatos, e estão em uma constante situação de oposição e complementariedade.

Influenciado pela distinção elaborada por Merleau-Ponty entre “espaço geométrico” e “espaço antropológico”, Michel de Certeau (2012, p.184) estabelece uma diferenciação entre “lugar” e “espaço”. O “lugar é a ordem (seja qual for) segundo a qual se distribuem elementos nas relações de coexistência”<sup>113</sup>, já o “espaço” seria o “cruzamento dos

---

<sup>113</sup> Ibid.: p. 184.

móveis”, ele estaria “em relação ao lugar da mesma forma que a palavra quando é pronunciada... Em suma, o espaço é um lugar praticado.” (CERTEAU, 2012, p.184, grifos do autor).

Por meio das perspectivas conceituais de Certeau, compreendi que as “práticas” dos membros que compunham o núcleo de administradores do CSC eram orientadas particularmente por “estratégias”, que em termos certeunianos definem-se como o “cálculo (ou a manipulação) das relações de forças que se torna possível a partir do momento em que um sujeito de querer e poder (uma empresa, um exército, uma cidade, uma instituição científica) pode ser isolado.”<sup>114</sup>.

É por meio dessas “estratégias” que os moderadores encontram uma forma de delimitar o CSC como “um lugar suscetível de ser circunscrito como algo próprio e ser a base de onde se podem gerir as relações com uma exterioridade de alvos ou ameaças (os clientes e ou concorrentes, os inimigos, o campo em torno da cidade, os objetivos e objetos da pesquisa etc.).” (CERTEAU, 2012, p.93, grifos do autor). Essas estratégias vislumbram tornar o grupo um espaço online de convivialidade clubística, parafraseando Certeau, um locus para acolher as diferentes maneiras de torcer.

Desse modo, O CSC desponta como um espaço online do torcer diferente, mas não menos legítimo do que bares e restaurantes com endereços e arquiteturas específicas, pois, ao seu modo, ele também é um espaço que proporciona o encontro entre de torcedores da mesma agremiação, é um lugar onde esses sujeitos podem exercer seu direito de torcer e de expressar seus sentimentos para com um clube do coração.

Porém, reservando todas as proporções comparativas, o CSC não é menos material do que os locais citados por não possuir uma materialidade física e geográfica, pois, além de possuir a materialidade dos debates, reflexões, desabafos e visões de mundo que dinamizam o ambiente, não se pode desconsiderar o fato de que o grupo também está espacialmente delimitado. O CSC está circunscrito em uma plataforma digital (Facebook) que é formada por uma infraestrutura técnica, repleta de códigos binários e algoritmos responsáveis por desenhar sua programação, que garantem a estruturação desse ambiente em que seus participantes possam discutir e dialogar entre si, desabafar e criticar sobre o desempenho do time etc.

Em suma, além da materialidade das trocas das interações sociais entre os participantes, existe de fato a materialidade espacial do “lugar” (CERTEAU, 2012) onde esse espaço online do torcer encontra-se circunscrito. Em termos gerais, mesmo não sendo tátil e

---

<sup>114</sup> Ibid.: p.93.

físico como praças, arquibancadas e bares, portanto, essa estrutura digital que abriga o espaço online do torcer que é o CSC, ao seu turno, também pode ser vista como “uma configuração instantânea de posições”, onde se “Implica uma indicação de estabilidade” (CERTEAU, 2012 p.184), um lugar que abriga diferentes modos e expressividades do torcer.

Uma das “estratégias” para manter uma espécie de padronização dentro do grupo, encontra-se na prática de realizar publicações únicas referentes às partidas disputadas pelo time do Ceará Sporting Club. Como mencionado anteriormente nesse trabalho, em todos dias de jogos, algum membro, seja moderador ou não, publica um post com informações gerais sobre a partida, e estabelece que a partir de então todas as interações deveram serem feitas naquele post. Em geral, a publicação ocorre com horas de antecedência, e conta com uma breve descrição, como o horário e local da partida, acompanhada de uma “imagem de síntese” (PARENTE, 2002)<sup>115</sup> que carrega consigo elementos referentes a partida, que é normalmente retirada da fan page ou do site oficial do agremiação cearense em questão, e que tem o papel de convocar os membros a interagirem no post.

Figura 8 –Postagem referente ao dia de jogo<sup>116</sup>



<sup>115</sup> Segundo Parente (2002, p.117) “Uma imagem de síntese pode não representar uma realidade física preexistente, do ponto de vista do processo de reprodução de suas ondas eletromagnéticas, tal como ocorre em uma imagem foto-mecânica. Mas não é porque uma imagem não copia a realidade física preexistente, do ponto de vista da visão, que ela não representa, às vezes, melhor do que qualquer modelo de figuração foto-mecânico, a realidade. A realidade modelada pela imagem de síntese só existe enquanto realidade simulada.”

<sup>116</sup> Fonte: Grupo CSC. Disponível em: <<https://www.facebook.com/groups/GrupoCearaSC/>> Acesso em 30/03/2016.

Segundo Yuri, Caio e Pedro Lucas, a ideia de proibir novas publicações, tornando o post sobre o jogo o único local para interagir no grupo, é uma estratégia para controlar o fluxo de publicações e focar atenção para o que deveria ser, em tese, o maior interesse do torcedor alvinegro, o desempenho de sua equipe durante a partida. De acordo com Pedro Lucas, anteriormente, antes de estabelecerem essa regra, o grupo recebia uma enxurrada de publicações, “cada lance, vinha um e comentava... O gol, olha falta, juiz; ‘fdp’ [fela da puta] etc. Era muita publicação do mesmo assunto” (Trecho de entrevista - 22/01/2017). Foi com o intuito de controlar o fluxo de postagens que eles resolveram estabelecer essa norma de direcionar as participações dos membros para uma única publicação.

Outra estratégia para manter esse fluxo de interatividade ordenado, está associada às condições para novas postagens após o término da partida do Ceará. Essa estratégia consiste em bloquear comentários após o fim da disputa, bloqueio que, segundo Yuri, dura cerca de três a quatro horas, ou caso os moderadores “esqueçam”, a liberação acontece apenas no outro dia. Indagado sobre o porquê da não liberação de publicações ao fim da partida, Caio me forneceu a seguinte resposta:

Cara, é por que dependendo do jogo. Quando ele acaba, aí o torcedor geralmente tá emocionado, tá de cabeça quente, sabe, aí se for deixar aberto a galera se aproveita. Se o time perde, por exemplo, a negada começa a esculhambar diretoria, jogador, esse e aquele, aí tem gente que não concorda, aí fica aquele muro das lamentações, então é melhor deixar a poeira baixar. Se quiser reclamar vá lá, comente no post do jogo e tal, pronto, resolvido. (Trecho de entrevista - 20/05/2016).

As estratégias de concentrar as interações dos participantes nos horários que ocorrem os jogos da equipe em uma só postagem, e a de restringir novas publicações após o término das partidas, são exemplos interessantes para se pensar mais uma vez sobre a associação entre o humano (sobretudo nesse caso, os moderadores) e as entidades técnicas, ou para usar os termos latourianos, os entes “não-humanos” (códigos de programação). Esse controle “do que”, “onde” e “quando” pode ser publicado, não depende apenas do fator avaliativo dos administradores, mas também das ferramentas disponibilizadas pela plataforma.

Quando um membro realiza uma publicação, automaticamente a plataforma do Facebook encaminha aos moderadores o conteúdo da postagem feita, para que esses possam realizar uma avaliação sobre esse conteúdo, escolhendo as opções aceitar ou recusar a publicação. O que ocorre é que a além da plataforma notificar a existência de novas publicações, ela as ordena de forma cronológica, contribuindo assim para a exequibilidade da ação de avaliação. De certo, caso a infraestrutura de programação do Facebook não disponibilizasse de

tal ferramenta para a administração, muito provavelmente o controle se daria de uma forma mais exaustiva, como apagando, uma por uma, as publicações indesejadas, por exemplo.

Existe também outra estratégia traçada pela administração que visa manter o CSC restrito a torcedores alvinegros, trata-se da seletividade de novos membros. Caio me detalhou de forma pormenorizada como seus pares e ele operacionalizam essa seleção.

Acho que a aprovação de membros, é que, é o que dá mais trabalho, muito trabalho. Eu lembro que na época que eu entrei [moderação] tinha dia que havia 900 solicitações de membros. Então, era muuuito trabalhoso! A galera ia lá, deixava acumulando e tal, e em poucos dias tinha 900, entendeu? Em um dia comum, a gente pegava, passava umas horas lá para liberar todos até zerar as solicitações. A gente ia se revezando, assim, um chegava e falava assim: ei galera, eu vou lá limpar as solicitações. [...] A gente tem uns critérios, para não ir abrir perfil por perfil e tal... imagina ai, abrir 900 perfil para vê as coisas.... Um critério é que, tipo, se você faz parte de um grupo de torcedores com mais de 15 mil membros, e você não tem nem 3 amigos em comum, é estranho... você pode até ser torcedor, mas a gente não aceita, é critério. Outro é o do álbum trancado, o cara num tem nada dizendo que é torcedor do Ceará, ainda tranca as fotos.... aí a gente desconfia e recusa. (Trecho de entrevista - 20/05/2016).

Caio, em sua fala, relatou os procedimentos que ele e outros administradores fazem uso para aprovar a inclusão de um novo membro. Quantificar o número de amigos que o perfil possui que fazem parte do grupo, partindo de uma lógica probabilística, “[...] faz parte de um grupo de torcedores com mais de 15 mil membros, e você não tem nem 3 amigos em comum, é estranho...”, visualizar informações que vincule aquele perfil a um perfil de um torcedor do Ceará, verificar a privacidade das fotos do solicitante à adesão etc. Enfim, todas essas precauções são tomadas para evitar a presença do que Pedro Lucas chamou de infiltrados: “A gente quer ter um grupo, que quem esteja lá só seja torcedor do Ceará. A gente não quer nenhum infiltrado, então, a gente avalia cada perfil; as fotos, publicações, amigos, quem foi que adicionou e tal.” (Trecho de entrevista - 22/01/2017).

Os infiltrados, a quem meu interlocutor se referia, são os perfis de torcedores que não torcem para o Ceará Sporting Club, e em geral, se apresentam como perfis fakes. De acordo com Pedro Lucas, anteriormente, o grupo já teve a experiência de ter infiltrados, e segundo ele, eles “conturbavam o ambiente”, insultando os outros membros, “tirando saro” dos torcedores alvinegros das mais diferentes formas, por meio de comentários, publicações ofensivas, postagem de memes depreciativos com o time e torcida etc. Atualmente, como mencionada na publicação que comemorou o grupo atingir 16 mil membros, a moderação se orgulha e trata com um valor positivo a ausência desses perfis, que quando estiveram presentes, de acordo com

Pedro Lucas, eram ligados aos tricolores<sup>117</sup>, um dos nomes pejorativos pelo qual os torcedores do Ceará Sporting Club se referem aos torcedores do maior rival, o Fortaleza Esporte Clube.

Contudo, por mais positivo e valorativo a ausência de fakes possa ser, uma contradição emergiu durante o trabalho de campo. No grupo existe um tópico fixo, datado do dia 21 de janeiro de 2015, reconhecido pelos membros como tópico dos fakes, que traz consigo a seguinte mensagem: FAKES, ATACAAAAAAAARRRRRRRRR!!!! RSRRSRS. Diferente aos demais tópicos, esse não faz menção a assuntos relacionados ao Ceará Sporting Club, e sempre é revisitado quando ocorre algum evento desfavorável com o clube que nutre a maior rivalidade com o Alvinegro de Porangabuçu, o Fortaleza Esporte Clube.

### 3.3 Fakes Atacar: o local da rivalidade

Torcer para determinado agremiação é necessariamente pertencer a uma coletividade de semelhantes, aficionados por uma mesma instituição, seja ela uma seleção nacional de um país, seja ele um clube de uma cidade. Por mais que divergências e gradações nas maneiras de torcer existam, é lícito dizer que o torcedor ao fazer sua escolha está legitimando as estruturas simbólicas que animam virtualmente o futebol.

Entre os muitos componentes que engendram essa virtualidade estrutural, digamos dessa forma, o elemento rivalidade é um dos mais complexos. As rivalidades no futebol profissional não dizem respeito apenas a uma partida imediata, pelo contrário, elas transcendem o próprio evento pontual da disputa entre duas equipes. As rivalidades clubísticas, ou até mesmo entre as seleções dos países, trazem consigo historicidades, discursos e imaginários específicos.

O jogo de identificações alcança seu clímax por meio desse fenômeno, pois, é diante dele que podemos perceber mais nitidamente as dinâmicas referentes a construção das identidades e alteridades clubísticas. A rivalidade é o corte mais abrupto e visível entre “nós” e “eles”, uma vez que, estamos diante da operacionalização explícita de um “sistema de diferenças”, que segundo Toledo (2010, p.185) “[...] mobiliza nossas paixões e adesões para além da identidade solitária que mantemos por um único time. Há gradações do torcer que variam da adesão incondicional ao ódio mortal por um determinado oponente, mas que também variam com as circunstâncias que guardam historicidades que não podem ser desprezadas”.

---

<sup>117</sup> Alcinha dada aos torcedores do Fortaleza Esporte Clube. A razão de tal nomeação advém pelo fato do clube cearense em questão possuir três cores em seu emblema, o azul, vermelho e o branco.

Um clube pode ter mais de um oponente que seja considerado seu rival, mas, é comum existir aquele time que guarda em si a figura do “arquirrival”, ou rival mais importante. Ele seria o clube que compartilha com a agremiação pela qual o torcedor nutre devoção, uma historicidade de confrontos que ultrapassam a competitividade do próprio jogo. Para o antropólogo Arlei S. Damo, da mesma forma que a “paixão clubística”, dentro do sistema de lógicas simbólicas que animam o universo do futebol, necessariamente precisa ser expressada, a rivalidade clubística não dispensa tal obrigatoriedade.

Herdar a pertença significa habituar-se a sentimentos de alegria quando o time vence e de entristecimento ou enfurecimento quando ele perde, mas a persona clubística é igualmente estimulada a alegrar-se com a derrota do arquirrival e a calar diante de seu êxito. Rejeitar estas trocas é negar-se a viver a alteridade proposta pelo clubismo e, portanto, negar-se a participar de um potente circuito de jociedades com forte conotação afetiva (DAMO, 2012, p. 65).

Nos países onde o desporto futebolístico desfruta de uma ampla adesão social, essas rivalidades são bem mais evidentes, pois contam com o reforço da narrativa midiática que, constantemente, fortalece as demarcações entre o “nós” de um determinado clube (torcida) e o “eles” (torcida rival). Um clube ou seleção pode contar com mais de uma “rivalidade”, mas em geral, apenas um oponente é digno da alcunha de maior rival. Nesses países, todos clubes, sobretudo os mais destacados no cenário nacional, possuem seu rival mor, e ao se enfrentarem não disputam um mero jogo, mas sim, como a mídia esportiva estrotejou no imaginário futebolístico, eles disputam “clássicos”, ou em outras línguas, dérby.

Na Itália, temos o Derby Della Madonnina, um jogo entre duas esquadras da cidade de Milão, a Internazionale e Milan; na Alemanha temos o dérbi do Ruhr (“Revierderby” em alemão), entre os tradicionais clubes Borussia Dortmund e Schalke 04; no futebol inglês temos o chamado North West Derby, onde disputam Liverpool x Manchester United; na Argentina temos o “Super Clássico” entre Boca Juniors e River Plate etc.

Em comum, todos os dérby ultrapassam as quatro linhas do campo e trazem consigo uma história marcada por oposições que envolvem aspectos culturais, regionais, financeiros, políticos e até mesmo religiosos. No entanto, essas rivalidades se fazem presentes também no circuito nacionalista de futebol, e a exemplo das citadas anteriormente, também carregam muitos aspectos que extrapolam o futebol, vide a fama de rivalidades como a do Brasil e Argentina, Itália e Alemanha, e França e Inglaterra, reconhecidos no universo do futebol como os maiores clássicos entre seleções mundiais.

No Brasil, devido a extensão territorial e o número de estados, bem como a unanimidade desfrutada pelo futebol entre os brasileiros, não existem muitos clássicos que ultrapassam as barreiras territoriais de Estados e Regiões; aqui temos o clássico carioca entre o Clube de Regatas do Flamengo e o Fluminense Football Club, o famoso e emblemático “FlaFlu”. No Ceará, especificamente em sua capital, temos o chamado “Clássico-Rei”, jogo que envolve as agremiações do Ceará Sporting Club e a do Fortaleza Esporte Clube, os dois clubes de maior torcida do Estado.

A rivalidade entre alvinegros e tricolores, a exemplo das demais, não se encerra nos dias de jogos entre as equipes. Ela está entranhada no cotidiano dos torcedores cearenses, seja em conversas na fila do banco, na hora do almoço do trabalho, na fila dos coletivos, em postagens nas mídias digitais, enfim, ela caminha juntamente com os próprios torcedores, sendo evidenciada a todo momento que uma discussão clubística local é acionada. No CSC não se encontra deslocada.

Muitos debates, comentários e até mesmo alguns desabafos trazem à baila essa rivalidade clubística, no entanto, esses são casos onde ela aparece de forma pulverizada, bastante diluída em meio a outros assuntos e temas. O tópico fixo dos fakes, ou como o moderador Pedro Lucas chamou, post dos prints, é o local determinado pela moderação para se vivenciar a pleno essa contenta.

Essa publicação permanece na maioria do tempo sem atividade, vindo à tona, especificamente, quando ocorre algum fato, na maioria das vezes, infortúnio com o clube do Fortaleza. Uma derrota, uma declaração de atleta ou outro profissional que “macule” a imagem do clube, algum evento que desencadeia uma instabilidade entre clube e torcedores etc. Segundo Pedro Lucas, a criação desse post foi realizada por um membro ativo, que não pertencia a moderação, mas devido ao grande número de interações que ela abrigou, os administradores, seguindo a lógica de padronizar as postagens no grupo, resolveram torná-la um tópico fixo.

Foi até um ex-membro, que recentemente voltou inclusive, que criou. Foi feito mais para uma forma de descontração mesmo, e eu acho que ele fez a publicação no dia que o time do Pici perdeu para alguém (risos). Aí a gente viu que precisava mesmo de um lugar pra esse tipo de participação, brincar com a outra torcida, é isso aí, isso que é futebol (Trecho de entrevista – 22/01/2017)

O “time do Pici” a que se referiu Pedro Lucas é o maior rival do alvinegro cearense, Fortaleza Esporte Clube. O episódio, da derrota tricolor, que incentivou o membro a criar tal postagem, diz respeito ao jogo entre Fortaleza e Icasa, clube da cidade de Juazeiro do Norte/Ce.

O jogo ocorreu, pelo campeonato cearense, no dia 21 de janeiro do ano de 2015, na mesma data dessa publicação.

Desde a conversão em tópico fixo, o post dos prints é o reduto para os assuntos relacionados ao principal rival do Ceará Sporting Club, a agremiação do Fortaleza. Vídeos de derrotas do time tricolor são postados, links de matérias jornalísticas que evocam algum assunto desfavorável ao Fortaleza, como derrotas e desclassificações, ou até mesmo boletins de saída de jogadores, demissões de técnicos etc., dividem lugar com declarações textuais como “Te lasca Stella”, “Vai morrer na série C”, “Leão se fudeu”, e também com uma infinidade de prints e memes.

Até o final do mês de janeiro de 2017, quando encerrei a pesquisa de campo, o tópico dos fakes contabilizava cerca de 425 curtidas e 12 reações de euforia, simbolizadas pelo emoticon dos risos (haha)<sup>118</sup>. No total, até aquela data, havia 7.120 comentários, tornando um dos tópicos fixos mais acessados e comentados. Muitas vezes essa postagem era acionada por algum membro com as palavras “vamos trabalhar, negada”, ou com um up, recurso usado em muitas redes sociais digitais para “levantar” ou “reativar”, ou seja, dar atenção a uma publicação, em comum, essas intervenções ocorriam sempre quando acontecia algo desfavorável ao clube tricolor.

Durante toda minha imersão em campo, o episódio de interação transcorrido naquele tópico que mais chamou minha atenção, foi o do empate do Fortaleza com o clube gaúcho do Brasil de Pelotas, pelo Campeonato Brasileiro da série C de 2015, resultado esse que culminou com a desclassificação do clube cearense da competição. O jogo ocorreu no dia 17 do outubro de 2015, na mesma data em que ocorreu a partida entre Ceará Sporting Club e o Criciúma/SC, jogo válido pelo Campeonato Brasileiro da série B daquele ano. A partida aconteceu à tarde, no estádio Heriberto Hülse, em Santa Catarina (SC), onde o alvinegro perdera com um placar de 3 a 0.

---

<sup>118</sup>Essa é a imagem do emoticon :



Fortaleza, 21/06/2016

Diário de Campo/ A desgraça do inimigo é a o alento do derrotado

O clima era de ansiedade, a torcida estava dividida entre incrédulos e crentes, afinal, o primeiro semestre do ano havia dado bons frutos para ela; um título regional conquistado de forma invicta não pode gerar outra coisa senão boas expectativas ao torcedor, mas, a realidade do segundo semestre parecia desoladora, pois, de empate e derrota, o Ceará foi se afastando do seu objetivo de acender a série A por meio de um bom desempenho na série B, e se aproximando do tão temido rebaixamento para série C. O jogo diante do Criciúma, outro time que se encontrava em situação complicada no campeonato, e que estava do meio para baixo da tabela, era um divisor de águas. Era a estreia de um novo treinador, o gaúcho Lisca, ex-comandante do Náutico, o alvirrubro pernambucano, ou como os torcedores de lá o chamavam “Lisca Doido”, apelido que rapidamente pegou entre os alvinegros cearenses. Os últimos resultados adversos fizeram o torcedor ficar ressabiado, mas como manda a máxima do fiel torcedor, “se existir 99% de chances de dá errado, eu fico com o 1% que pode dar certo”. O tópico do jogo foi publicado, era 16h de sábado, dia 17 de outubro de 2015; agora é hora de redobrar atenção e acompanhar o desenrolar interativo que estaria por vir. [...]

\*\*\*

Fim de jogo, o Ceará perde de 3 a 0 para um time que estava em situação tão preocupante quanto a sua, e ainda entrou em campo com um plantel com mais de 70% de jogadores reservas<sup>119</sup>. Será que algo mudou, perguntava-se os torcedores? Alguns mais otimistas preferiam pregar paciência, outros, mais taxativos esbravejavam, via comentários, que era o fim, nem o novo técnico daria jeito, era uma questão de elenco, “o time era ruim mesmo”. O mal desempenho do Ceará na série B já rendia uma atmosfera de desconfiança, muitas críticas e desabafos dentro do grupo; se os membros torcedores fossem termômetros para torcida de forma geral, eu julgo dizer que o clima era de completa crise, palavra essa que no espectro futebolístico representa tudo aquilo que dirigentes, atletas e torcedores mais repudiam. Os ânimos estavam acalorados, ninguém escapava, nem diretor, nem jogador, nem o torcedor que compartilhava opiniões contrárias. Contudo, logo mais à noite, o resultado de um jogo, de outra

---

<sup>119</sup> Fonte: Globoesporte.com. Disponível em:< <https://goo.gl/bwfx7>> Acesso em 20/07/2016.

competição, a qual o Ceará não participava, serviu como um bálsamo para amenizar as querelas que haviam sido gestadas naquele post.

No estádio Arena Castelão, localizado na capital do Estado do Ceará, entre as avenidas Alberto Craveiro e Paulino Rocha, mais exatamente em um bairro que leva o nome do próprio estádio, o time do Fortaleza havia empatado com um placar de 0 a 0, com o Brasil de Pelotas, agremiação do Rio Grande do Sul, resultado que desclassificou o clube cearense da competição, impedindo assim seu acesso à série B do Campeonato Brasileiro. A torcida tricolor ficou em estado de desolação, e alguns presentes no estádio iniciaram a depredação das cadeiras, as arrancando e arremessando ao campo de jogo, em sinal inconformismo e revolta<sup>120</sup>. Se para os tricolores o resultado proporcionou emoções desagradáveis como tristeza e desalento, para os alvinegros ativos no CSC, naquele fatídico 17 de outubro de 2015, os sentimentos ensejados foram de outra natureza, estavam mais para regozijo e alegria do que qualquer outra coisa.

\*\*\*

A exemplo de uma debandada de pássaros, todos os membros que comentaram e continuaram comentando no post do jogo migraram para a publicação dos fakes, lá o escárnio e a gozação com o maior rival era liberado. Uma chuva de memes pejorativos, frases e orações que diminuía o Fortaleza eram proferidas, em meio a tudo isso, participantes do grupo que não haviam participado do outro tópico apareciam sedentos pela gozação, e cobravam “bora meu povo, cadê os memes? ”.

Naquele dia, estava diante de um dos ingredientes mais fundamentais que animam o futebol, a rivalidade. Por sua vez, ela não ficará de fora desse espaço digital do torcer.

Em termos práticos, a rivalidade é operacionalizada por meio da exposição dos conteúdos, imagéticos ou textuais que são compartilhados nesse post. Em geral, textos, print, fotografias, memes e vídeos são os responsáveis, em grande medida, por desencadear os fluxos de comentários pejorativos, gracejos e zombarias para com o principal rival, e são eles também que movimentam e animam o referido tópico. Ao carregarem consigo mensagens que, ao condensarem em si diversos elementos facilmente decodificados pelos participantes, visam primordialmente a desqualificação do maior rival, estes conteúdos despontam como

---

<sup>120</sup> Fonte: Globoesporte.com. Disponível em: <<https://goo.gl/piQEia>>. Acesso em 30/07/2016.

“mediadores não-humanos” Latour (2012). Estes “actantes” desenvolvem um papel específico dentro daquele tópico: trazer à tona elementos inteligíveis aos participantes que acionem as relações de jocosidade que permeiam a rivalidade entre os clubes. Por certo, na condição de “mediadores”, eles influenciam diretamente o desenrolar das interações que o post dos fakes abriga; seja um like ou uma reação de susto ou ódio, ou até mesmo um comentário textual que demonstre satisfação com a situação que está sendo exposta pela mensagem que o vídeo, meme ou print transporta.

Seguindo a proposta metodológica da “teoria ator-rede” (TRA), como promulgada por Bruno Latour (2012), é lícito pensar que esses memes, links, prints e vídeos são verdadeiros “atores-rede”. Para cintilar esta afirmação, primeiramente, é necessário recapitular as definições do próprio Latour para esses dois conceitos, “ator” e “rede”. Segundo a proposta da “sociologia das associações”, como defendida por Latour (2012), os analistas do social precisam deslocar o foco de suas observações, eles precisam migrar das figuras pré-estabelecidas pelas teorias do que ele nomeou de “sociologia do social”, e focar no decurso e desdobramentos da própria ação.

Para Latour (2012, p.72), “A ação não ocorre sob o pleno controle da consciência; a ação deve ser encarada, antes, como um nó, uma ligadura de muitos e surpreendentes conjuntos e funções que só podem se desemaranhados aos poucos”. Guiando-se neste raciocínio, o teórico francês da TAR defende uma concepção de “ator” bem diferente daquele designada pelo termo homônimo de “ator social”, usualmente apregoado pela teoria social clássica e contemporânea”.

Segundo a perspectiva “simétrica” adotada por Latour, sobretudo ao que se refere a sua proposta de uma “antropologia simétrica” Latour (2013), o “ator” é todo (ou tudo aquilo) aquele que age, interfere, influencia; quem ou aquilo que faz diferença no percurso da ação; “O ator, na expressão hifenizada ‘ator-rede, não é a fonte de um ato e sim o alvo móvel de um amplo conjunto de entidades que enxameiam em sua direção. [...] Empregar a palavra ‘ator’ significa que jamais fica claro quem e o quê está atuando quando as pessoas atuam, pois o ator, no palco, nunca está sozinho ao atuar” (LATOUR, 2012, p.75).

Cabe ressaltar que, quando Latour faz referência a uma sociologia do “pós-social”, o autor não se propõe negar radicalmente os estudos anteriores da sociologia e antropologia ditas, em suas palavras, do “social”. Antes disso, trata-se mais de uma convocatória para “rastrear” a produção do social no momento que acontece, partindo do entendimento de que o mundo social não é feito exclusivamente por pessoas e suas agências, mas também por

entidades “não-humanas”, “[...]Nem um só elemento que não seja ao mesmo tempo real, social e narrado” (LATOURE, 1994, p. 12).

Para os críticos mais desatentos, a questão (convocação) proposta por Latour não seria a de “dar vida” a objetos inanimados, muito menos relegar a agência humana como algo de segunda ordem. A proposta do teórico dos híbridos é mais um pacto de conciliação entre ambos, utilizando as palavras do antropólogo Theophilos Rifiotis (2012, p.574), um “repovoamento do social”.

[...] o jogo não consiste em estender a subjetividade às coisas, tratar os humanos como objetos, tomar máquinas por atores sociais e sim evitar a todo custo o emprego da distinção sujeito-objeto ao discutir sobre o entrelaçamento de humanos e não-humanos. O que o novo quadro procura capturar são os movimentos pelos quais um dado coletivo estende seu tecido social a outras entidades” (LATOURE, 2001, p.222).

Assim como seu predecessor, o conceito de “rede” para sociologia das associações de Latour não é o mesmo do instrumentalizado pelas análises do sociólogos do social<sup>121</sup>. Como defende o intelectual francês, “[...] a rede não designa um objeto exterior com uma forma aproximada de pontos interconectados, como telefone, uma rodovia, ou uma ‘rede’ de esgoto”. Latour (2012, p.189), a “rede” não seria uma infraestrutura de conexões, uma linearidade atravessada por pontos conectores, antes disso, “[...] ela é o traço deixado por um agente em movimento”.<sup>122</sup>

Diante do exposto, declarar que os prints, memes e vídeos compartilhados no tópico dos fakes são “actantes” dentro do CSC, parece-me algo lícito. Esses conteúdos evocam situações depreciativas relacionadas ao principal rival, e, por sua vez, estimulam a expressividade de risos, galhofas, ironias e sarcasmos, reações expressadas por meio de comentários textuais ou/e imagéticos dos participantes (ação/ator). Ao seu modo, esses conteúdos são produtos de diversificadas redes de associações entre entidades técnicas (atores não-humanos) e os participantes do CSC (atores humanos).

Afinal, para a elaboração de um meme, por exemplo, é preciso que o autor (actante humano) de tal conteúdo disponha de dispositivos eletrônicos, banco de dados imagético e programas de edição de imagens e textos com o Adobe Photoshop (actantes “não-humanos”), conhecimentos no manuseio das ferramentas necessárias, além de necessitar do acesso à internet para poder compartilhar sua criação (redes 3g, 4g ou wi-fi), elementos que também

<sup>121</sup> Esse é o nome dado por Latour aos analistas do mundo social, particularmente sociólogos, que adotam a perspectiva do que ele denominou de sociologia do social. (C.f LATOURE, 2012).

<sup>122</sup> Ibid.: p.194

precisam ser compreendidos como “atores-redes”, pois, à exemplos dos memes, vídeos etc., eles também são produtos de extensas e complexas “rede de associações”.

Figura 9 – Meme criado por um membro do grupo<sup>123</sup>



Figura 10 – Print screen do perfil Cenas Lamentáveis no Instragram<sup>124</sup>



<sup>123</sup> Fonte: Grupo CSC. Disponível em < <https://www.facebook.com/groups/GrupoCearaSC/>>. Acesso em 17/11/2016

<sup>124</sup> Fonte: Grupo CSC. Disponível em: < <https://www.facebook.com/groups/GrupoCearaSC/>>. Acesso em 30/10/2016

Em suma, o compartilhamento de um meme, vídeo, link de notícia, de uma fotografia e etc., geralmente acompanhados por comentários textuais do autor do compartilhamento, são apenas a ponta do iceberg. Antes de chegarem no post dos fakes, estes conteúdos foram forjados ao percorrerem outras redes associativas que envolvem expressamente a articulação conectiva entre dispositivos tecnológicos, técnicas e as habilidades humanas.

No entanto, deixando momentaneamente de lado o olhar sobre a formação desses “atores-redes” e suas trajetórias, é hora de retomar o foco da presente seção deste texto dissertativo: a forma de experimentação da rivalidade clubística dentro do grupo. Esta rivalidade, como é vivenciada pelos participantes ativos do grupo que interagem no tópico dos fakes, é experienciada unilateralmente. Falo unilateralmente por que, diferente de outras ocasiões, neste espaço apenas os torcedores, de um dos lados da rivalidade, se manifestam; não existe uma troca ou resposta dos torcedores da outra agremiação envolvida, diferente por exemplo da experiência de se vivenciar a rivalidade em uma discussão banal entre dois torcedores de agremiações rivais, permeada por evocações jocosas, seja ela transcorrida na esfera online, seja na off-line.

Figura 11 - Tópico dos fakes<sup>125</sup>



<sup>125</sup> Fonte: Grupo CSC. Disponível em < <https://www.facebook.com/groups/GrupoCearaSC/> >. Acesso em 30/09/2016.

Contudo, o aspecto unilateral que caracteriza a expressão desta rivalidade, neste tópico específico, é um elemento que influencia nas formas de sua experimentação, permitindo que esse fenômeno, que é sobretudo simbólico, seja vivenciado com certas nuances em relação ao que foi concebido por Arlei S. Damo (2012, p.65) quando afirmou que a rivalidade é “[...] um processo gradativo, de educação sentimental, pois a expressão pública desses insultos envolve algumas regras em relação a espaços, tempos, pessoas e, sobretudo, certo autocontrole acompanhado de humor, sarcasmo, ironia e criatividade”.

Como o CSC encontra-se em uma fração do ciberespaço, despontando assim como “um palco alargado, um recipiente amplo, veloz e múltiplo das experiências que compassam a vida na esfera off-line” (DIÓGENES, 2015, p.60), a rivalidade experimentada pelos membros também possui contornos de humor, ironia, sarcasmo e criatividade, mas, ao que pude constatar, parece diluir certas regras relacionadas a espaços, tempos, pessoas, da mesma forma que o “autocontrole” aparece um tanto quanto flexibilizado.

Essa possibilidade de flexibilização no autocontrole torcedor, que ocorre muitas vezes no CSC, seja diante de um cenário de rivalidade, seja diante da expressão de sua paixão e engajamento clubístico, ocorre por uma série de fatores, os quais pelo menos dois deles são bastante patentes. O primeiro é o fato do grupo está circunscrito em um ambiente online, e operando regras sociais diferentes das exigidas pelo contato presencial do face a face. O segundo, diz respeito à própria formação do CSC, que é um espaço restrito aos participantes de um dos pólos da rivalidade – no caso do CSC, os torcedores do Ceará Sporting Club -, ou seja, em termos análogos, o CSC não representa a realidade de um estádio de futebol em dia de Clássico-Rei, onde as arquibancadas encontram-se divididas entre duas torcidas rivais, ele na verdade é só um lado da arquibancada, um lado de “iguais”, facilitando com que excessos sejam mais tolerados do que se fosse operados perante o rival.

Em termos práticos, a expressão dessa rivalidade dentro do grupo é operacionalizada por meio da exposição de conteúdos que são compartilhados nesse post. Geralmente, são os print, as imagens, os memes, os vídeos e demais conteúdos que, ao carregarem consigo mensagens de desqualificação do rival facilmente decodificadas pelos participantes, são os responsáveis por desencadear os fluxos de comentários pejorativos, gracejos e zombarias para com a informação exposta por esses conteúdos.

Todavia, o post dos fakes emergiu como uma contradição durante a pesquisa. Como os administradores, que se vangloriavam da aparente ausência de perfis fakes dentro do grupo, ao mesmo tempo, permitem que exista um tópico referente a esse tipo de perfil dentro do grupo? Como mencionado anteriormente, segundo a fala do moderador Pedro Lucas, a justificativa do

combate aos fakes repousava na ideia de que “eles conturbavam o ambiente”, porém, restava-me saber de que forma essa conturbação ocorria.

Ao perguntar a Pedro Lucas sobre as formas que os fakes operavam para conturbar o ambiente, ele revelou que além da possibilidade de conturbação existia o perigo dos prints. Em termos gerais, o CSC é um lugar onde os alvinegros presentes sentem-se à vontade para falar sobre seu clube, sobre sua diretoria e sua torcida, tecendo análises e reflexões, realizando críticas e desabafos. Estes momentos não poderiam ser compartilhados com torcedores do Fortaleza, pois eles poderiam usar tais informações para depreciar o clube alvinegro e sua torcida.

Indaguei a Pedro Lucas sobre o tópico dos fakes, ele espontaneamente respondeu: “Ah, o post dos prints! ”. Sua resposta estava ligada ao fato de que entre os comentários que animavam aquela postagem existia uma quantidade abundante de prints referentes à participação de torcedores do Fortaleza em outras redes sociais da internet. Sem dúvida, mas do que textos e declarações pejorativas que transmitem mensagens de jocosidade em relação ao rival, o tópico dos fakes superabundava de prints. Eles eram os principais conteúdos que animavam aquela publicação fixa, e a constante atualização dos mesmos era o que fomentava a participação interativa dos membros no tópico.

Figura 12 - Print scree de uma conversa entre torcedores do Fortaleza no Facebook<sup>126</sup>



Figura 13 - Print scree de fan page de torcedores do Fortaleza<sup>127</sup>



Ao analisar parte dos prints presentes no tópico dos fakes, ficou claro os motivos pelos quais a moderação procurava manter o grupo com ausência dos perfis fakes. Eles eram uma ameaça eminente para a reputação da torcida alvinegra, pois, se presentes, poderiam vaziar prints de conversas que, porventura, poderiam expor desabafos de torcedores, críticas ao time, enfim, dados que poderiam ser usados para fazer piadas, chacota com os torcedores do Ceará.

Indaguei a Pedro Lucas se ele conhecia algum participante que possuía fakes em grupos de torcedores do Fortaleza, ele me esclareceu da seguinte forma: “Assim, eu não conheço quem tenha algum print... quer dizer, fake nos grupos dos torcedores do Fortaleza. Mas eu sei que tem gente que tem, e gente que está no nosso grupo, gente que tem perfil falso dentro de grupo de Facebook só de torcedor do Fortaleza.” (Trecho de entrevista – 20/01/2017). Esse moderador me informou outros detalhes sobre de onde vinham tantos prints:

Eu não tenho ido muito naquele post não, mas pelo que andei vendo recentemente não tem muito print de grupo de torcedor não. O que tem geralmente é print das páginas do clube mesmo, da página do Jorge Mota [presidente do clube em 2016], por que eles são públicos, aí nem precisa de perfil fake, qualquer um pode ir lá e tirar um print. Mas também nem todo mundo que tira não, às vezes a pessoa pega de outra rede social, assim, de um grupo de Whatsapp, do Twitter, e vai catando. (Trecho de entrevista – 20/01/2017).

<sup>126</sup> Fonte: Grupo CSC. Disponível em < <https://www.facebook.com/groups/GrupoCearaSC/>>. Acesso em 30/09/2016.

<sup>127</sup> Fonte: Grupo CSC. Disponível em < <https://www.facebook.com/groups/GrupoCearaSC/>>. Acesso em 30/09/2016.

Ao encerrar o assunto sobre os fakes em nossa conversa, Pedro Lucas reforçou a ideia de que aquela publicação era um local de descontração, e que ele acreditava que da mesma forma que os participantes do grupo se divertiam com a exposição dos torcedores rivais, “eles”, os torcedores do Fortaleza, procediam da mesma forma.

Eu acredito também que toda... que todo grupo tem sim o momento de descontração, pra a gente rir, acredito sim que faz parte do futebol aquele momento de zoação com o rival e tal. Eu acredito também que com certeza do lado do Fortaleza eles fazem do mesmo jeito, tem isso também dos prints. Eu respeito isso, eu não discordo deles não. A gente pode ter e eles não? Eu acho que isso faz parte da rivalidade. (Trecho de entrevista – 20/01/2017).

A ideia de uma disputa online entre torcedores de Ceará e Fortaleza, materializada na troca de gozações, piadas, desqualificações e deboches, em diferentes mídias sociais digitais, além de plausível, reforçou minha ideia que aquele espaço online do torcer (o CSC) operava com lógicas próprias, mas ainda assim, orientadas pelo espectro do clubismo enquanto sistema de representações. No entanto, essa nova forma de se experimentar a rivalidade clubística local apontou para uma direção que até então havia passado despercebida durante a pesquisa, a maleabilidade das fronteiras do grupo e o nomadismo digital de seus participantes.

Da mesma forma que o torcedor comum, o homem comum de seu tempo, “caminhante da cidade”, como sublinha Certeau (2012), se desloca pelos trajetos possíveis da cidade para se chegar ao estádio em dias de jogos, ou para bares e restaurantes quando estes transmitem as partidas dos times pelos quais esses sujeitos torcem, o aficionado conectado às redes sociais digitais e aos aplicativos de interações online é um errante digital à procura de lugares, percursos e táticas para viver seu clubismo.

Ao vivenciar na prática a interconexão entre as diferentes redes sociais digitais, apps de conversas etc., o torcedor que vivencia seu engajamento clubístico nesses ambientes digitais, antes de relevar a existência de que alguns teóricos da comunicação chamam por “cultura da convergência entre mídias” (JENKINS, 2008), ele se apresenta como uma “nômade digital”. Semelhante ao “nomadismo juvenil” experienciado pelos torcedores organizados dos maiores clubes da capital cearense, como lembra Diógenes (2003) em seu livro *Itinerários de corpus juvenis: o tatame, o jogo e o baile*, o torcedor comum vive seu pertencimento nos trajetos que perfaz, ele carrega consigo seu clubismo e tudo que sua adesão acarreta, pois, “Cada lugar por onde passa é seu lugar, porque ele mora nos trajetos que realiza”, como aponta Diógenes (2003, p.113). A partir desta premissa, percebi por meio de minhas observações uma característica implícita do grupo, uma particularidade que não estava explicitada em nenhuma regra, mas eram presentes nos próprios procedimentos interativos dos participantes.

Figura 14 – Print screen de conversa do WhatsApp Twitte<sup>128</sup>.

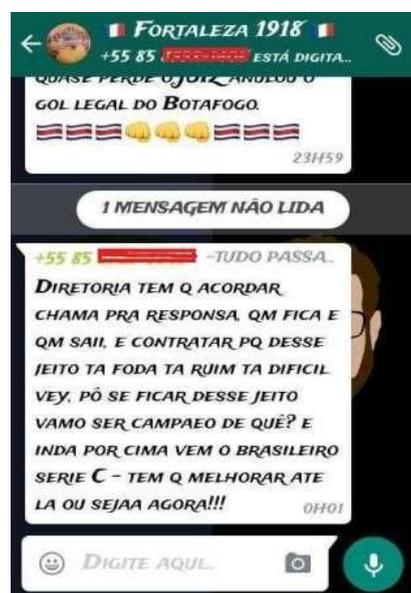


Figura 15 - Print screen de perfil de torcedores do Fortaleza no <sup>129</sup>



Ao analisar as postagens que animavam o tópico dos fakes, notei que a dinâmica de compartilhamento de conteúdo que ali se desenvolvia no tópico era mais constante dentro do grupo do que aparentava. O CSC era tanto um absorvedor como irradiador de diferentes formatos de conteúdo. O grupo não se encerrava no grupo: prints realizados por smartphones de perfis do Twitter ligados a repórteres esportivos, bem como conversações de grupos de WhatsApp formados por tricolores, links de vídeos do Youtube e de sites de portais de jornalismo esportivo se alojam no grupo por meio de postagens dos membros; eles podem migrar para outros locais, como para outros grupos de torcedores alvinegros existentes no Facebook, ou até para grupos em outras redes sociais digitais, como no WhatsApp.

Esse tráfego de diferentes tipos de conteúdo, dentro do CSC, é garantido pela movimentação dos próprios membros do grupo entre interseções das chamadas “mídias sociais da internet” (website de relacionamento, aplicativos de comunicação instantânea e etc.), e reforça a ideia de que aquele espaço online do torcer é um “cruzamento de móveis”, como assevera o próprio Michel de Certeau (2012, p.184): “Existe espaço sempre que se tomam em conta vetores de direção, quantidades de velocidade e variável de tempo. O espaço é um

<sup>128</sup> Fonte: Grupo CSC. Disponível em < <https://www.facebook.com/groups/GrupoCearaSC/>>. Acesso em 28/11/2016.

<sup>129</sup> Fonte: Grupo CSC. Disponível em < <https://www.facebook.com/groups/GrupoCearaSC/>>. Acesso em 28/11/2016.

cruzamento de móveis. É de certo modo animado pelo conjunto dos movimentos que aí se desdobram. ”

No entanto, esse nomadismo digital torcedor não só sublinha a porosidade das fronteiras do grupo, como também desponta como uma espécie de “tática” Certeau (2012), que não se encerra no tópico dos fakes, pelo contrário, prolonga-se por todo o grupo. Essa tática, a qual chamo de tática nômade, está presente em diversos momentos do grupo, ela é adotada pelos participantes, sejam eles moderadores, sejam eles membros ativos. Essa tática nômade é fundamental para outra prática torcedora presente dentro do grupo, prática essa que é o sustentáculo do CSC: o compartilhamento de informações sobre o dia a dia do Ceará Sporting Club.

#### 4 EM BUSCA DA INFORMAÇÃO: O ENGAJAMENTO CLUBÍSTICO ONLINE

Para a perspectiva teórica da “sociogênese do desporto moderno”, pensada por Elias e Dunning (1992), e embasada na perspectiva configuracional elisiana, o processo de “esportivização” dos jogos lúdicos e passatempos praticados na Europa ainda antes da modernidade, sobretudo na Inglaterra, possuiu um papel importante dentro do engendramento do que Elias chamou de “processo civilizador” de parte da Europa. Em meio as contribuições que esses novos modelos de disputas ensejavam nos processos de transformação da sociedade europeia da época, os autores afirmam que graças às novas “configurações” dos jogos, os europeus encontrariam neles a possibilidade de:

Movimentar, estimular as emoções, evocar tensões sob a forma de uma excitação controlada e bem equilibrada, sem riscos e tensões habitualmente relacionadas com o excitação de outras situações de vida, uma excitação mimética que pode ser apreciada e que pode ter um efeito libertador, catártico, mesmo se a ressonância emocional ligada ao desígnio imaginário contiver, como habitualmente acontece, elementos de ansiedade, medo – ou desespero (ELIAS; DUNNING, 1992, p.79).

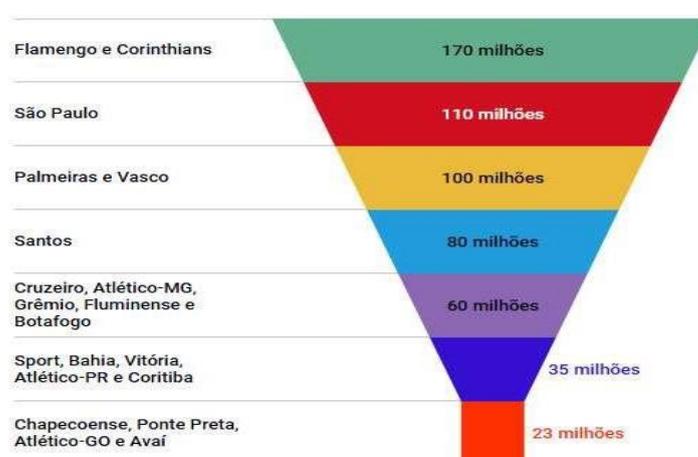
Como mencionado anteriormente, a perspectiva elisiana sobre o desenvolvimento do esporte moderno é um tanto quanto deficitária ao que se refere à autonomização desse campo de relações sociais. Além disso, ela está focada numa realidade muito específica, a europeia, especialmente a inglesa, a partir do advento da Idade Moderna. Contudo, mesmo mostrando-se insatisfatória para refletir interpretativamente sobre alguns fenômenos que circundam os esportes profissionais de nossa época, como sua relação com as lógicas de mercado próprias da economia capitalista, ela ainda possui o mérito de sublinhar o elemento “mimético” dos esportes, incluindo o futebol profissional.

Com efeito, se a adesão de um ator social a esse sistema de representações e dinâmicas simbólicas (o clubismo) garante a inserção em um campo de relações sociais dotado de lógicas próprias, mas não menos interdependente dos demais estratos do tecido social, é legítimo dizer que sua participação nesse universo pode lhes garantir efeitos de catarse com reverberações em seu próprio emocional. Estes momentos, em geral, decorrem durante as partidas disputadas pela agremiação que se escolhem para torcer.

O fator emocional, somado a outros vetores importantes, transforma uma partida de futebol em um evento que, se pelo lado simbólico é entendido como um ritual disjuntivo, pelo lado econômico pode ser compreendido como uma potencial mercadoria do mercado de bens econômicos do futebol profissional. Os grupos responsáveis por administrar e presidir

emissoras de televisão, tanto de canais abertos como fechados, propõem acordos milionários aos clubes de futebol para poder ter o direito de transmitir as partidas das competições nas quais as agremiações participam. Esses valores são chamados pelos participantes do campo futebolístico de “cotas de televisão”, e, atualmente no Brasil, suas cifras ultrapassam a quantia de 1 bilhão de reais, como mostra a figura abaixo.

Figura 10 – Gráfico com valores pagos por emissoras de TV aos clubes da série A do brasileiro 2017<sup>130</sup>.



Como o gráfico acima nos mostra, esses valores são divididos de forma desigual, essa divisão, até onde se é divulgado pela mídia esportiva, leva em consideração o tamanho das torcidas de cada clube, dado esse, muitas vezes aferidos por pesquisas encomendas. Os vetores que levam uma agremiação ter mais adeptos são bastante complexos, explicá-los demandaria uma nova pesquisa, como as realizadas por Vasconcelos (2016)<sup>131</sup>, que apontam algumas hipóteses para a existência desse cenário.

Todavia, a lógica adotada pelas emissoras é instrumental, quanto mais torcedores espalhados pelo país, mais potenciais telespectadores para as partidas que transmitem; logo, os clubes que possuem o maior número desses potenciais telespectadores tendem a receber mais.

<sup>130</sup> Fonte: Coluna Esporte do portal eletrônico Diário de Pernambuco. Disponível em: < <https://goo.gl/ymNwWK> > Acesso em 28/11/2016.

<sup>131</sup> O sociólogo Artur Alves de Vasconcelos (2016) discute questões referentes ao que uma literatura antropológica chama de “bifiliação clubística”, que é o fenômeno de um mesmo indivíduo torcer para mais de um clube de futebol.

Ao ser televisionada, uma partida de futebol ganha outros contornos que transcendem o jogo em si, tornando-se não apenas um espetáculo no sentido de ser realizado para um público específico, mas transforma-se em um produto midiático, e como tal, é produzido, roteirizado, editado e orientado por um discurso determinado; o da crônica esportiva, representada por comentaristas, narradores e jornalistas. A transmissão de um jogo de futebol é antes de mais nada um produto de uma complexa “rede de associações” (LATOURET, 2012) que envolvem “actantes” humanos e técnicos, como os diversificados dispositivos eletrônicos: gravadores, microfones e câmeras para captação dos sons e imagens, programas de edição, antenas para transmissão de sinal, veículos para transporte etc.

Valores milionários no futebol profissional mundial não estão restritos às cotas de televisão, os próprios elencos dos clubes atingem o patamar de valores milionários. No Brasil, por exemplo, na primeira divisão do Campeonato Brasileiro de 2016, o Palmeiras-SP tinha um elenco avaliado em torno de R\$ 282 milhões, em seu plantel o clube paulista conta com o jogador Gabriel Jesus, atleta que sozinho era avaliado pelo mercado futebolístico em R\$ 57 milhões<sup>132</sup>.

Estas quantias financeiras ilustram apenas uma parte do cenário de relações econômicas no qual está inserido o futebol profissional no Brasil. É bem verdade que esses valores são resultados de múltiplos processos complexos que envolvem negociações entre diferentes atores e seus interesses. Porém, diferente dos jogadores, técnicos, jornalistas, empresários de marcas esportivas etc., enfim, atores sociais que usufruem de ganhos financeiros dentro desse contexto social, o torcedor, é o único nesse cenário que não visa e obtém lucros financeiros. A “paixão clubística”, como salientou Damo (2012), é uma convergência de investimentos (financeiro, de tempo, emotivo etc.) sem garantias de retorno:

Pensada em termos exclusivamente financeiros, a paixão clubística é um péssimo negócio, pois os torcedores nada podem esperar como retribuição. Sob a égide do profissionalismo, regime econômico e jurídico vigente na atualidade, os jogadores ganham mesmo quando o time perde, ao passo que os torcedores perdem mesmo quando o time ganha, afinal o dinheiro empenhado – direta ou indiretamente – não é jamais retornado. [...] Além do dinheiro, o tempo é outra modalidade de bem empenhado pelos torcedores. Se, em relação ao dinheiro, pode-se afirmar que eles perdem quando dão, acerca do tempo deve-se ressaltar que seu empenho está envolto pela noção de risco, afinal, não há garantias de que uma tarde de domingo gasta num estádio seja sinônimo de prazer. (DAMO, 2012, p.71)

---

<sup>132</sup> “Como seria a classificação do Brasileiro segundo o valor dos elencos? ”. Uol esportes. Disponível em: <<https://goo.gl/MZLW5q> /> Acessado em 20/12/2016.

Nesse contexto, aparece a figura do “torcedor-consumidor”, sujeito que busca no campo futebolístico um espaço que proporcione a vivência de momentos de catarse, de entretenimento, prazer, intervalos de fuga das regulações da vida cotidiana. Mas não é apenas por meio do consumo de partidas midiáticas ou aquisição de outros bens do mercado da bola que o torcedor demonstra seu engajamento clubístico. O torcedor engajado diariamente em viver sua “paixão clubística” procura também obter informações referentes ao cotidiano do clube pelo qual é aficionado; ele busca saber as decisões administrativas da diretoria, tenta ficar a par das negociações de atletas, tem interesse em se informar sobre o esquema tático e as próximas escalas do time adotadas pela comissão técnica para determinada partida, quer saber qual jogador deu entrada ou está de saída do departamento médico (DM), procurar saber da média salarial dos jogadores e do valor da folha de pagamento do clube etc. Enfim, ele anseia estar informado sobre o que acontece no dia a dia do seu clube, ou como as palavras de Caio Rabelo denominaram, eles procuram “viver o dia a dia do clube”.

Para satisfazer essa necessidade informacional, os torcedores ativos no CSC lançam mãos de “táticas” astuciosas Certeau (2012, p.95). Estas “táticas” são engendradas a partir de “associações” Latour (2012) que contam com “mediadores” e “intermediários”<sup>133</sup>, e, que por sua vez, estão alicerçadas em conexões entre homens e materializações tecnológicas, entre agentes humanos e “não-humanos”, uma articulação associativa imprescindível para operacionalização dessas “astúcias”.

Essas “táticas” oxigenam a convivialidade clubística do grupo e, ao mesmo tempo, sedimentam uma espécie de “ética ordinária”, no sentido estabelecido por Lambek (2010), compreendida não como um domínio de questões humanas transcendentais, mas como uma ética norteadora do dia a dia, algo imanente às ações, às reflexões e aos julgamentos cotidianos de uma determinada coletividade, uma ética do compartilhamento.

Esta ética ordinária do compartilhamento fundamenta uma das principais características do grupo, que é a de ser um ambiente de comunhão de notícias sobre o Ceará Sporting Club, qualidade que o torna convidativo a torcedores como Joaquim Mota, que afirma que o grupo tem papel fundamental para ele enquanto torcedor: “O grupo tem papel fundamental na hora de agregar informação e experiência entre torcedores. É tipo como se fosse uma mesa de boteco virtual. O que me faz participar ainda desse grupo e de outros é isso: ter informação. [...] É isso, a busca pela informação” (Trecho de entrevista - 18/01/2017- grifo

---

<sup>133</sup> Para Latour (2012), um “mediador” seria todo aquele que ao transportar algum tipo de conteúdo interfere de alguma forma nele, o modificando. Já o “intermediário” atua como uma “caixa preta”, realizando apenas o transporte sem alterar nada do conteúdo.

nosso). Mas, não é qualquer informação que se busca, e nas próximas seções desse capítulo irei apontar alguns meandros dessa procura.

#### 4.1 A Ética do Compartilhamento: astúcias táticas, fronteiras e fluxos informacionais

Como já mencionei, quando em meados de 2015 adquirei um smartphone, dispositivo móvel que me possibilitou ter acesso à internet sem que precisasse recorrer ao uso do computador, com isso comecei a frequentar o grupo em todo intervalo de tempo livre que dispunha. Essa forma de acesso via dispositivo móvel, me ajudou a perceber que não existia um horário específico onde às interações fossem mais ou menos numerosas. Durante todo dia, sem ter um horário específico, tinha acesso a vários links de notícias, prints de perfis de setoristas do Ceará<sup>134</sup>, ou de portais de jornalismo esportivos presentes em outras redes sociais digitais da internet, boletins informativos disponibilizados pelo site ou fan page oficial do clube; em suma, qualquer mínima informação que envolvesse a agremiação do Ceará Sporting era compartilhada no grupo por meio das publicações dos participantes. Compartilhar links ou prints despontavam como as táticas mais usuais dos membros, era por meio delas que eles alimentavam de conteúdo informacional aquele espaço.

Ciente disto, e partindo da premissa de que entre os motivos pelos quais todos os participantes daquele grupo estariam ali para saber o que ocorria no cotidiano do clube cearense a qual eram filiados, perguntei a todos meus interlocutores qual seria o papel do CSC para eles enquanto torcedores e, ao mesmo tempo, quais as motivações que os levavam a integrar aquele grupo. Dentre todas as respostas, a mais enfática e emblemática foi dada por Joseni Nunes Parente, 34 anos, jornalista e bacharel em Direito, membro desde 2013, que afirmou em nossa conversa pelo WhatsApp o seguinte:

Informativo! Aquele grupo ali, especificamente, eu considero extremamente informativo. Eu consigo ter muito mais informações do Ceará naquele grupo do que em qualquer outro canto. Pra mim, aquele grupo ali, ele é o principal ponto de informação do Ceará. Através daquele grupo, você tem muito mais informações enriquecedoras do dia a dia do clube, do que qualquer outro meio, eu acho. (Trecho de entrevista – 25/01/2017. Grifo nosso)

---

<sup>134</sup> “Setorista” é o nome dado pela crônica esportiva aos repórteres especializados em acompanhar o dia a dia dos clubes.

As respostas de meus interlocutores para estas perguntas particulares confirmaram meu pressuposto inicial sobre as motivações que levavam os integrantes do CSC a permanecerem no grupo. De fato, assim como eu, que tinha o CSC como fonte primeira de informação sobre o Ceará, eles estavam ali para absorver o máximo possível do que aquele ambiente interacional poderia lhes ofertar no sentido de ganhos informacionais referentes ao clube.

As falas de dois integrantes com quem conversei chamaram minha atenção. A primeira foi a de Manoel Moreira Neto, 35 anos, professor de Sociologia da educação básica, membro do grupo desde 2013, que ao ser indagado sobre a importância do grupo para a vivência de torcer afirmou que: “O grupo é importante pra mim sim. Nele ali, você acaba tendo uma série de informação sem ter que recorrer para nenhum meio de comunicação tradicional específico”. (Trecho da entrevista - 08/11/2016. Grifo nosso).

Ficou bastante evidente que para Manoel Neto a possibilidade de encontrar muitas informações em um só lugar (no grupo) permitia que o mesmo não precisasse recorrer aos veículos tradicionais da mídia convencional, como programas esportivos televisionados ou jornais impressos. A presença de diversos conteúdos informativos dentro do grupo facilitava não só a vida de Manoel Neto, mas de todos aqueles que comungavam de sua perspectiva em relação à importância do grupo para sua experiência torcedora. Ao invés de sair procurando em sites, blogs, jornais impressos, programas esportivos ou até mesmo em outras redes sociotécnicas da internet, o membro do CSC bastava acessar o grupo que lá estavam a sua disposição inúmeras notícias referentes ao Ceará.

Esta pretensa comodidade a que Manoel Neto se referiu, e que também foi ressaltada pelos outros interlocutores em seus depoimentos, é o produto da eficiência das “táticas” adotada pelos participantes do CSC. Mesmo o grupo sendo demarcado por estratégias elaboradas por seus moderadores, verdadeiras “ações que, graças ao postulado de um lugar de poder (a propriedade de um próprio), elaboram lugares teóricos (sistemas e discursos totalizantes), capazes de articular um conjunto de lugares físicos onde as forças se distribuem” Certeau (2012, p.96), dele emergem “táticas”, que nas palavras de Certeau<sup>135</sup> são acima de tudo uma espécie de “[...] ação calculada que é determinada pela ausência de um próprio. Então nenhuma delimitação de fora lhe fornece a condição de autonomia. A tática não tem lugar senão o do outro”.

---

<sup>135</sup> Ibid.: p.94.

Diferente das “estratégias” adotadas pela moderação que objetivam estabelecer um padrão organizativo e de “democracia” dentro do grupo, os procedimentos táticos de compartilhamento de informação são norteados por uma regra geral: toda informação, por mais pontual que fosse, ela teria que estar ligada direta ou indiretamente ao clube alvinegro. Orientado pela perspectiva defendida por Certeau (2012), de que por meio da observação do “ordinário” seria possível notar a importância da criatividade nas formas como que as pessoas conseguem se reinventar, e recriar o seu próprio cotidiano, busquei por meio de questionamentos com os meus interlocutores identificar como essas “táticas” eram operacionalizadas. Nesta procura, a resposta de Joseni Nunes, para quem o grupo era a principal mídia informativa referente ao Ceará Sporting Club, surgiu como esclarecedora.

Pra mim, hoje em dia, o principal meio de informação é a internet. Sobre o Ceará é o grupo do Face, mais do que qualquer outro tipo, que rádio, mais que qualquer outra mídia, pois, principalmente hoje nesse mundo globalizado, onde estamos na era da convergência digital, que todas as mídias tendem a se fundir em uma só. Também hoje nós temos o celular, né? O alcance do celular, tem a velocidade, em todo local você pode tá se informando e conversando sobre algo com alguém. As mídias sociais têm uma velocidade de informação muito maior, é tudo em tempo real, e chegam bem antes desses programas esportivos de TV ou jornal. As notícias são em tempo real. (Trecho de entrevista – 25/01/2017. Grifo nosso)

Por mais que o depoimento de Joseni Nunes apontasse para seu entendimento de categorias como “mundo globalizado” ou era da “convergência digital”, ele também forneceu pistas valiosas para entender dois pontos importantes sobre as táticas de compartilhamento. O primeiro, era sobre a importância dos aparelhos de telefonia móvel para os participantes do grupo, e o segundo remetia a questão da velocidade e primazia das informações que os participantes obtinham no grupo.

Sobre o primeiro ponto, os moderadores com quem conversei já haviam me alertado para tal fato, pois, de formas diferentes, Pedro Lucas, Caio Rabelo e Yuri Capibaribe admitiram acreditar que a maioria dos integrantes do CSC o acessava por meio de seus celulares, pelo menos, na maior parte do tempo. Segundo eles, os celulares ou smartphone além de darem a possibilidade de uma conexão móvel, permitiam que o usuário pudesse transitar em outras mídias digitais disponibilizadas usualmente para esses dispositivos, como é o caso de aplicativos como Instagram e WhatsApp<sup>136</sup>.

---

<sup>136</sup> Inicialmente esses dois aplicativos foram desenvolvidos para uso exclusivo em dispositivos móveis. Mas, em um curto intervalo de tempo, seus desenvolvedores começaram a explorar as possibilidades de acesso a esses aplicativos por meio de computadores.

Esse tráfego entre “redes sociótecnicas” da internet Segata (2014) potencializa o fluxo informacional que anima o grupo, tornando o CSC um receptáculo de informação e, ao mesmo tempo, um espaço irradiador de notícias referentes ao clube cearense. Tanto as notícias como os prints compartilhados no grupo são muitas vezes oriundos de sites esportivos ou até mesmo de outras redes sociais digitais: matérias de blogs, informações publicadas em plataformas como Instagram ou Twitter, por profissionais da crônica esportiva. Da mesma forma, nada impediria que um membro diante de uma informação inédita não pudesse, fazendo uso das ferramentas disponibilizadas pelos equipamentos eletrônicos que possibilitam o acesso ao grupo, capturar tal conteúdo e o publicitasse em outro espaço, como em seu próprio perfil ou em um grupo de torcedores alvinegros no WhatsApp, por exemplo<sup>137</sup>.

As táticas que focam na coleta e divulgação de informações assemelham-se a um processo de “caça”, como sinalizou Michel de Certeau (2012, p.95) quando afirma que: “a tática tem que utilizar, vigilante, as falhas que as conjunturas particulares vão abrindo na vigilância do poder proprietário. Aí vai caçar. Cria ali surpresas. Consegue estar onde ninguém espera. É astúcia”. É por meio dessas pequenas “astúcias” que o grupo vai condensando em seu bojo um contingente considerável de dados sobre o dia a dia da agremiação cearense, fazendo com que em última instância o CSC seja a principal fonte informativa de muitos torcedores do Ceará, pelo menos, de boa parte daqueles que o integram.

O segundo ponto se referia especialmente a velocidade com que as notícias divulgadas naquele ambiente chegavam a ser mais rápidas do que a divulgação da chamada por eles por grande mídia, categoria que englobaria os veículos de comunicação comerciais mais tradicionais da comunicação brasileira. Nas palavras de Joaquim Mota: “Muitas vezes as informações dadas no grupo são dadas muito depois na grande mídia. Às vezes ela estoura mesmo é nos grupos do Facebook primeiro” (Trecho de entrevista - 18/01/2017, grifo nosso). A fala de Joaquim alinhou-se ao que fora exposto pelos outros interlocutores em seus depoimentos, onde, cada qual a seu modo, e a exemplo de Joaquim, entendiam que o grupo era um local de onde poderiam obter muitas informações sobre o clube cearense em primeira mão, lhes proporcionando assim uma espécie de independência do que o informante Manoel Neto chamou de “meio de comunicação tradicional específico”.

---

<sup>137</sup>Cito este exemplo pois, particularmente eu mesmo, enquanto torcedor, já fiz muitas vezes uso dessa tática. Assim que tinha acesso a um dado novo sobre o Ceará Sporting Club, o compartilhava em grupos de correligionários clubistas presente no WhatsApp.

Porém, observando mais detalhadamente essa tática de compartilhamento de assuntos ligados ao Ceará, essa pretensa ideia de independência da grande mídia, tão lembrada por meus interlocutores, mostrou um tanto quanto contraditória em certo aspecto. A contradição aparece devido ao fato que boa parte das informações divulgadas no grupo são produzidas por veículos midiáticos como portais de jornalismo esportivo, muitos deles ligados às grandes emissoras de comunicação do Brasil, ou em termos nativos, pertencentes à própria grande mídia, mas que, neste caso, tinham o diferencial de trata-se de uma versão online.

Refletindo sobre o fato, notei que, o que havia entendido como sendo uma contradição, era na verdade uma perspectiva compreensiva de meus interlocutores sobre as diferenças entre os veículos de comunicação mais contemporâneos (os da internet), dos mais tradicionais (TV, jornais impressos etc.).

Figura 12 – Compartilhamento de matéria produzida por um dos maiores portais jornalísticos do Estado, pertencente ao maior grupo de comunicação local.<sup>138</sup>



Para estes sujeitos, a busca por informações ligadas ao Ceará Sporting Club na esfera online de interação, lhes proporcionavam um certo distanciamento do consumo de produções midiáticas desenvolvidas e reproduzidas por formatos mais analógicos e convencionais de veículos de comunicação, como programas esportivos de TV, colunas sobre futebol presentes nas páginas esportivas de jornais impressos ou até mesmo de revistas especializadas em futebol, por exemplo. Esta distância, em relação a essas produções midiáticas anteriores voltadas para o meio online, não era absoluta, pois parte de meus interlocutores esclareceram que ainda mantinham contato com alguns desses veículos, contudo, as narrativas

<sup>138</sup> Fonte: Grupo CSC. Disponível em < <https://www.facebook.com/groups/GrupoCearaSC/>>. Acesso em 20/11/2016.

de meus interlocutores sinalizaram que esse relativo afastamento fomentavam a ideia de “independência da grande mídia” junto a estes indivíduos.

Porém, as táticas de compartilhamento de informação não se restringiam a publicação de links de matérias divulgadas por portais esportivos. Os depoimentos dos interlocutores da pesquisa apontaram para uma tática de compartilhamento diferente das que, até então, considerei como sendo as mais usuais. Trata-se de uma tática que não passava pelo crivo da formatação jornalística, logo, não estaria ligada aos processos produtivos da mídia convencional, uma operação que em termos nativos, como nomeou Joaquim Mota, era alicerçada na fofoca dos bastidores:

Primeiro, eu acho que no grupo deve com certeza ter membros ligados a membros da diretoria do clube. Familiares, parentes, conhecidos, seja de diretor, conselheiro ou que trabalha lá na sede. Então, acontece que com isso a informação, via fofoca de bastidores, acaba estourando primeiro no grupo, depois na mídia”. (Trecho de entrevista - 18/01/2017. Grifo nosso)

Assim como Joaquim, os demais interlocutores confirmaram a existência desta prática assim como sua recorrência. Porém, este tipo de compartilhamento de informação exige critérios para além do acesso a portais de notícias esportivas etc., ele demanda uma certa proximidade com o núcleo administrativo do clube, ou então, com funcionários que trabalham na sede da agremiação, dispondo assim de um lugar privilegiado de acesso a certos assuntos e notícias. Nem todos os participantes do CSC estavam aptos a exercerem tal “tática”, mas aqueles que sim, não evitavam tal procedimento, mostrando que, assim como postulado por Certeau (2012, p. 94 e 95), as “táticas” operam “[...] golpe por golpe, lance por lance. Aproveita as "ocasiões" e delas depende, sem base para estocar benefícios, aumentar a propriedade e prever saídas.”.

No entanto, como essas informações não estavam ligadas aos agentes da mídia esportiva, como setoristas, comentaristas esportivos, páginas online voltadas para assuntos do futebol nacional, logo os membros do grupo no intuito de evitarem a propagação de boatos, especulações e notícias falsas sobre determinado assunto envolvendo o clube alvinegro, os participantes mais ativos comumente solicitavam a chamada de fonte da informação, que, em termos gerais, seria de onde e quem havia fornecido para o participante a informação que ele compartilhara com os demais.

#### 4.1.1 Fontes e credibilidade: reconhecimento e participação

No meio futebolístico, é comum que muitas notícias sejam divulgadas pelos meios de comunicação mais tradicionais sem que antes sejam confirmadas oficialmente pelos clubes; como a contratação de técnicos, jogadores etc. Quando conteúdos sobre quaisquer assuntos relacionados ao Ceará Sporting Club são atribuídos a mídia esportiva convencional, online ou off-line, comumente os participantes do grupo tendem a aceitar a informação como verídica e a tomam sem maiores questionamentos. Esta aceitação deve-se em grande parte pela crença na credibilidade do veículo jornalístico que divulga a informação. Em termos mais resumidos, quanto maior for a credibilidade atribuída a um meio de comunicação, menos questionáveis são as matérias difundidas por ele. Para entender essa lógica é preciso não perder de vista que na sociedade brasileira, o “campo jornalístico”<sup>139</sup>, seja ele esportivo, político, de entretenimento etc., é visto como um terreno onde a imparcialidade, objetividade e a retratação fiel dos fatos noticiados são valores basilares para se atingir a almejada “credibilidade jornalística”, valor esse essencial para o empreendimento jornalístico no Brasil – e provavelmente em todo mundo. Sem credibilidade um veículo de comunicação não atrai consumidores para suas produções, e sem consumidores, seguindo uma lógica de mercado, a tendência é o fim do próprio veículo.

Da mesma forma que informações divulgadas por portais e profissionais da crônica esportiva são avaliadas, integrantes que publicam notícias que ainda não são oficializadas pelo clube também passam por este crivo avaliativo. A lógica usada é a mesma, como aponta Pedro Lucas:

Tem, tem muita gente que tem contato dentro do Ceará, e por isso, tem informações privilegiadas. Sabem quem o time vai contratar, sabe quem vai sair, sabe quem tá ganhando tanto etc. [...] Esses membros a gente vai conhecendo aos poucos, por que em geral eles são bem ativos no grupo, aí eles publicam coisas que depois a gente vê sendo oficializada nas redes sociais do clube. É parente de conselheiro, de diretor...Eu mesmo sou amigo de uns dois que tem parentes conselheiros, e os conselheiros sabem primeiro que todo mundo o que acontece no clube. (Trecho de entrevista – 20/01/2017).

Particularmente, durante todo trabalho de campo não presenciei nenhum participante afirmar qualquer parentesco ou outro tipo de proximidade com diretores ou demais funcionários do clube. No entanto, pude perceber que existiam de fato integrantes do grupo que publicavam informações que ainda não haviam sido divulgadas por nenhum meio de comunicação esportivo. Estas novidades, geralmente, possuíam o caráter de notícias

---

<sup>139</sup> Faço uso do nome “campo jornalístico” inspirado no conceito de campo de Bourdieu (1996).

especulativas que, porventura, se encaixavam, segundo a fala nativa, na categoria de boatos, como declarou e sintetizou Joaquim Mota bem essa lógica: “Tem uns que você sabe que é só especulação, que não tem fundamento, sabe? Que mais tarde não se confirma e não passa de boato e tal, esses daí a gente já anula logo”. (Trecho de entrevista - 18/01/2017).

Na imagem abaixo, um dos membros divulga entre seus pares uma nova informação sobre a contratação de um diretor de futebol, cargo administrativo que em tese cuida especialmente de assuntos relacionados às contratações e dispensas de atletas, e à possível indicação de jogadores por parte desse novo diretor.

Foto 13 – Membro comenta sobre a especulação da contratação de um diretor de futebol<sup>140</sup>



No caso específico a qual a imagem se refere, a informação era uma especulação que não foi oficializada, pois a contratação do profissional não fora efetivada, fazendo com que o que havia sido publicado como uma notícia de primeira mão, não passou apenas de um boato. Essa possibilidade de não oficialização das informações levantou a questão de que, mesmo que o responsável por publicar tais novidades atenda aos critérios de credibilidade, essas informações dadas em primeira mão ainda são vistas como boatos que precisam de confirmação, como deixou claro o interlocutor Isaac Guerreiro Cáula: “Lá tem muita gente ligada aos conselheiros, às vezes tem muitos boatos também, mas tem muita gente que sabe de

<sup>140</sup> Fonte: Grupo CSC. Disponível em: <<https://www.facebook.com/groups/GrupoCearaSC/>>. Acesso em 20/11/2016.

muita coisa que eu gosto de ficar sabendo.... Muitas notícias eu vejo primeiramente naquele grupo, antes mesmo da própria imprensa aqui do Ceará [Estado] divulgar. ” (Trecho de entrevista – 21/01/2017. Grifo nosso). Em geral, um boato torna-se notícia quando ele é confirmado oficialmente pelo próprio clube por meio do seu setor de comunicação social, depois que confirmado, a própria grande mídia se encarrega de fazer uma divulgação mais abrangente.

#### 4.2 Estar ativo no CSC: entre permanências e afastamentos

Antes de iniciar a pesquisa, ainda no ano de 2014, minha frequência de acesso ao CSC me permitiu criar certa familiaridade com determinados participantes, especialmente com aqueles que se mostravam ativos diariamente. Minha familiaridade não se restringia às fotos e aos nomes presentes nos perfis destes membros; com o tempo me tornei capaz de identificar quais membros eram contrários ou favoráveis à diretoria. Assim também, pude diferenciar os membros que teciam comentários mais inflamados e acalorados daqueles que construía textos mais ponderados e reflexivos. Com o tempo, como lembra Pedro Lucas, “você vai decorando as pessoas [...] sabe quem é quem”, e esta familiaridade foi fundamental para estabelecer os primeiros contatos com metade de meus interlocutores, com os quais não tinha nenhuma proximidade relacional, a não ser o fato de sermos torcedores do Ceará e sermos ativos no CSC – e até mesmo em outros grupos de torcedores.

Foi também essa ambientação que me permitiu perceber que alguns participantes ativos passavam períodos sem interagir no grupo e outros chegavam até mesmo a não fazer mais parte do CSC.

Joseni Nunes, por exemplo, declarou que sua permanência no grupo se dava pelo fato de que o CSC era um espaço formado por pessoas “responsáveis” e “conscientes”:

Eu acho bem democrático, antes de tudo. Cada um ali expõe seu ponto de vista dentro da sua linha, a maioria das pessoas de lá comentam com responsabilidade, são pessoas com consciência que ali é um espaço de troca de informação. É um espaço de debate bem saudável. É por isso que eu ainda tô lá. Se não fosse dessa maneira, eu não estaria, pode ter certeza. (Trecho de entrevista – 25/01/2017)

A ideia de que o grupo abriga um debate “saudável” e com “responsabilidade” entre alvinegros, presentes na declaração de Joseni Nunes, convergem, em certa medida, com os anseios da moderação e sua defesa da organização e democratização do espaço. Assim como Joseni, tanto os moderadores entrevistados como os outros membros apontaram a organização

e o respeito entre os membros como fatores essenciais para a continuidade no grupo, além do fator informação, presentes em todas as falas. Para Isaac Cáula, além de ser um espaço democrático de discussão, o CSC era um local onde novos e antigos torcedores do Ceará Sporting Club podiam interagir e trocar suas experiências. Essa oportunidade seria um dos pontos mais positivos do grupo:

[...] É um grupo muito grande, eu nem sei quantas mil pessoas estão lá no grupo, mas eu sei que tem muita gente participando, ó. Tem muito torcedor novo que nunca ouviu certas histórias do Ceará, não sabe das últimas histórias dos últimos anos, tem os torcedores mais antigos, esses já sabem muita coisa, e aí vai rolando as conversas, as trocas de experiência mesmo, é um barato. [...] Eu acho que a coletividade existe ali sim, por que é aquele tipo da coisa, eu vejo muita gente ali com dúvida e a galera ajuda mesmo, até certas besteiras como horário de jogo, onde vai vender os ingressos, às vezes o torcedor só olha lá no grupo e resolve suas dúvidas lá mesmo. Isso é muito legal, cara. (Trecho de entrevista – 21/01/2017)

Particularmente, estava claro que a organização do grupo, a preocupação com a defesa da liberdade de expressão, e o exercício de se pregar o respeito entre os diferentes pontos de vistas de seus participantes, somados ao considerável contingente de informações sobre a agremiação cearense compartilhadas em seu bojo, eram os principais motivos que levavam os participantes a permanecerem interagindo naquele ambiente. No entanto, fatores de outra ordem influenciaram no afastar voluntário de alguns membros do convívio com os demais participantes. Ao conversar com Joaquim Mota sobre o que lhe incomodava no grupo, ele me confidenciou que discussões com outros membros já o fizeram sair do CSC:

Como eu já disse, né, quando o assunto passa para política aí o bicho pega. Tem gente que ou é cego ou se faz, aí fica ruim você debater. Eu já saí daquele grupo depois que vi muita gente que não respeitava eu ser contra a diretoria... Já me chamaram de doido, doido só porque eu não engulo a atual diretoria do Ceará. Aí você ia ficar no canto que todo mundo ficar lhe tachando de doido? Eu saí... Mas depois voltei, quando a poeira baixou. (Trecho de entrevista – 18/01/2017)

Joaquim Mota declarou que solicitou junto a moderação seu retorno, por que tinha consciência que CSC era, segundo suas palavras, “um bom grupo”, e que tinha “muita gente que agrega, mais do que pessoas que querem confusão”, por esse motivo ele resolveu voltar. Manoel Moreira também ressaltou em nossas conversas o quanto é desgastante e inconveniente quando sua opinião não é respeitada:

Tem as coisas chatas também, sabe? Principalmente quando sua opinião não bate com a dos outros, e aí você vê algumas coisas que são ruins mesmo de se lê, que as vezes faltam com respeito mesmo com a galera que tem a opinião contrária. Isso é chato. (Trecho de entrevista – 08/11/2016).

Os depoimentos de Joaquim e Manoel mostram que, por mais que exista de fato um esforço por parte de moderação de outros membros de se manter os debates em níveis que não desemboquem em ataques e ofensas pessoais, é comum que existam esses tipos de atrito, e que antes de serem “corrigidos” pelos moderadores, eles acabam incomodando as partes ofendidas. Para lidar com a falta de respeito ao seu ponto, os participantes que se acharem ofendidos ou desrespeitados podem advertir ao próprio membro que realizou a ação desrespeitosa e, em seguida, comunicar a administração para que essa tome as medidas cabíveis. São esses os caminhos mais usuais para sanar o impasse.

Outro elemento que influencia o afastamento de membros é a ausência de tempo livre. Nesses casos, o participante não chega a deixar de fazer parte do grupo, mas se torna um membro menos ativo do que foi um dia. Os interlocutores que admitiram passar menos tempo ativos no CSC, usaram como justificativa as circunstâncias da vida pessoal. Como exemplo desses afastamentos, posso citar os seguintes casos: o de Pedro Lucas que, devido a enfermidade de uma parente, se manteve ausente por um tempo, o de Manuel Moreira que se afastou do grupo por um período, devido aos estudos para seleção no doutorado em Sociologia e Política na Universidade Federal do Paraná, e por fim o de Caio Rabelo que, por conta dos estudos e do trabalho, também diminuiu a sua assiduidade de acesso ao CSC. Sejam quais forem os motivos para o afastamento, a ausência de tempo ocioso mostrou-se um vetor comum a todos.

Também existem afastamentos mais efêmeros e motivados por questões que não perpassam pela falta de respeito ou de tempo livre. É o caso de distanciamentos pontuais, que nas palavras de Caio Rabelo, servem para “evitar estresses desnecessários”.

Quando começa as cornetagens eu me afasto logo, eu nem olho o grupo nesses dias. Nem olho porque sei que os assuntos são sempre o mesmo, ah diretoria é isso, a jogador tal é um pustema, o fulano é isso e aquilo, e por aí vai. Eu nem tenho mais paciência, por isso evito esse estresse. (Trecho de entrevista - 20/09/2016)

A cornetagem é uma categoria nativa que não está presente apenas no convívio dos membros do CSC, ela faz parte do vocabulário dos torcedores cearenses e de outras partes do Brasil. De modo geral, essa categoria diz respeito a posições e pontos de vistas pessimistas em relação ao desempenho da equipe nas competições das quais participam. Aqueles que praticam a cornetagem são chamados de corneteiros, ou simplesmente cornetas. Eles são torcedores que ao expressarem seu ponto de vista acabam por exacerbar no pessimismo e por vezes desqualificam em certo grau seu próprio clube. O corneteiro é aquele que “fala mal”, independente de acertos ou erros que a equipe teve durante uma partida ou competição. Quando

Caio Rabelo faz referência a existência de um determinado período de tempo que prepondera a prática da cornetagem, provavelmente, ele estaria se reportando aos dias de infortúnios da equipe, como derrotas em partidas e desclassificações de torneios. Nestes dias, os participantes, ainda contrariados pelos maus resultados, tendem a reproduzirem comentários depreciativos para com o elenco que representa a agremiação a qual são filiados; Como isso é para muitos membros extremamente desagradável, eles evitam acessar ao grupo nesses dias.

Todavia, sair do grupo, diminuir a assiduidade e evitar o acesso em determinados períodos não são as únicas formas que percebi de afastamento de membros do CSC. Até onde pude notar, existe pelo menos mais uma forma de se distanciar do grupo, que seria quando o membro ativo se torna um inativo. O melhor exemplo que observei, de um episódio dessa natureza, foi o caso pelo qual passou Caio Rabelo.

#### 4.2.1 Quando cansa: saturação e inatividade

Conheci Caio na faculdade de Ciências Sociais ainda no ano de 2008, ele, um veterano de dois anos de curso, eu um simples calouro. Nós nos aproximamos efetivamente a partir do momento que nós nos reconhecemos enquanto membros do mesmo coletivo, a Nação Alvinegra, nome dado pelos torcedores alvinegros a torcida do Ceará Sporting Club. Essa aproximação possibilitou minhas idas aos jogos do alvinegro cearense junto com ele, pois, o mesmo já havia em certa ocasião disponibilizado uma carona de ida e volta até ao estádio.

Desde que comecei a escrever as primeiras linhas do projeto que submeteria à seleção do mestrado em Sociologia pela UFC, já vislumbrava a figura de Caio como uma espécie de informante-chave, um facilitador e articulador de contatos com outros interlocutores. De fato, desde as primeiras observações exploratórias até os dias de intensa participação no grupo, Caio era de longe um dos membros mais ativos; seus comentários estavam presentes na maioria das publicações do grupo, era ele o responsável pela divulgação de muitas notícias oficiais do clube que saíam nas redes sociais da internet. Realizava frequentemente enquetes a fim de saber a opinião dos membros sobre novas regras e parâmetros de publicações etc. Por uma definição metodológica, Caio enquadrava-se perfeitamente no perfil de interlocutor ideal: ativo diariamente, com desenvoltura comunicativa verificada por meio de seus comentários e participante do grupo desde antes do início da pesquisa de campo, ou seja, antes de 2015.

Contudo, nas últimas semanas do trabalho de campo, mas precisamente entre os meses de novembro de 2016 e janeiro de 2017, eu não visualizava a participação de Caio no CSC. Haviam dias que não recebia nenhuma notificação a respeito de alguma interação

realizada por Caio Rabelo no grupo; curtido, reagido ou comentado em algum post, nem mesmo publicado algo. Na última conversa que tive com Caio pelo WhatsApp, o avisei que a pesquisa estava em fase de conclusão e já iria começar a escrita da dissertação. Depois que ele se mostrou interessado em ver a dissertação concluída, chamei atenção sobre a sua ausência do grupo, e com certo desânimo ele respondeu:

Cara, tô tentando aproveitar melhor meu tempo ocioso. Tô trabalhando, namorando, sabe, aí o tempo que eu tenho eu procuro estudar e tal. Ali cansa muito, a maioria dos moderadores está que nem eu, inativa, tem mais número de moderador do que gente moderando o grupo. Mas os que ficam dão conta.

Caio em nossas primeiras conversas, ainda no primeiro semestre de 2016, mostrou-se bastante empolgado com o grupo, suas últimas falas me suscitaram um questionamento sobre esse seu efetivo distanciamento. Foi então que perguntei quais os motivos de tal afastamento.

Eu nem acesso mais o grupo. Hoje eu tô só com os grupos de WhatsApp, o dos moderadores do grupo e outro, que inclusive você tá. Cara, eu já tava bem menos ativo por causa do trabalho e estudo, mas aí fui cansando das discussões desnecessárias. Você tento interagir da melhor forma, fazer comentários embasados em dados, fundamentados em fatos, com números e tal, aí vem uma galera de cabeça dura que quer discutir por discutir, fala coisas sem embasamento, sabe? Isso cansa. Eu sempre tento elevar o debate, mas tem muita gente ali que só quer enxergar o que quer, aí fica difícil debater assim. Desse jeito é um saco mesmo, desanima e chega uma hora que cansa. (Trecho de entrevista – 07/01/2017. Grifo nosso).

A justificativa adotada por Caio para explicar sua atual condição de inativo apontou para outro elemento que influencia na escolha do distanciamento do grupo, e que em termos genéricos pode ser nomeado por saturação. Caio não foi o único membro que reduziu sua interação com os demais participantes do grupo ao ponto de torna-se um perfil inativo dentro do CSC. Muitos outros membros, outrora assíduos nas discussões dentro do grupo, agora não interagiam mais, mas ainda mantinha seus perfis presentes no grupo.

Para Caio Rabelo, o cansaço seria fruto de uma não correspondência aos seus anseios e esforços de manter um debate elevado, que se caracteriza por ser uma discussão onde ambas as partes apresentam argumentos sólidos ou pelo menos plausíveis diante do que está sendo abordado. Segundo ele, seu desânimo em participar do grupo era por presenciar constantemente discussões infrutíferas, posicionamentos sem fundamentação de dados ou sem informações relevantes, e de se deparar com pessoas com ideias e posicionamentos intransigentes.

Essa saturação do convívio com os demais membros, e que afetou Caio, traz à tona o fator indelével do tempo. Nesse sentido, é lícito dizer que os membros se relacionam de formas diferentes com as discussões com os quais se defrontam no grupo, e da mesma forma é verdadeiro afirmar que eles são afetados de maneiras particulares com os efeitos do tempo de convivência com os demais participantes. Esse desgaste (saturação) tende a atingir em diferentes escalas e de diferentes formas os membros mais ativos, cabendo a cada uma escolher entre as alternativas de permanência ou afastamento do grupo.

## 5 O DERRADEIRO APITO: CONSIDERAÇÕES FINAIS

O livro *Botafogo: entre o céu e o inferno*, escrito pelo jornalista brasileiro Sérgio Augusto (2004), nos fornece um rico apanhado sobre a história do clube da “estrela solitária”. Nesta obra, o autor, torcedor declarado do alvinegro carioca, apresenta o depoimento de um botafoguense ilustre que, mesmo não se identificando com algumas práticas torcedoras, não nega seu apreço pelo clube da cidade do Rio de Janeiro. O torcedor em questão trata-se do poeta, escritor e compositor carioca Vinícius de Moraes:

No Rio, a formação da identidade passa, também, pela eleição de um time de futebol. O poeta, fiel à sua infância, escolhe o 'Botafogo Futebol Clube'. Não frequenta os estádios. Não lê o noticiário. Não ouve as transmissões pelo rádio. Mas, se perguntarem seu time, afirma: 'Botafogo'. Não se trata de uma paixão, mas de uma senha para a cidadania. (AUGUSTO, 2004, s/n).

Além de evocar particularidades dos processos de filiação clubística, a declaração do “Poetinha” também sublinha a maleabilidade dessa figura tão popular e presente no cotidiano dos brasileiros que é o torcedor de futebol. No Brasil, esse personagem já foi analisado cientificamente pelas mais diversas searas do saber acadêmico, já foi representado na literatura por meio de poemas, crônicas e outros gêneros, assim como já foi descrito de forma prosaica e até mesmo lírica por composições musicas e peças dramáticas. De certa forma, a ideia de realizar essa pesquisa, que resultou nessa dissertação, nasce de meu desejo de também falar, ao modo acadêmico, sobre esse personagem tão presente no tecido social brasileiro.

Quando optei pela escolha do grupo online de discussão Ceará Sporting Club (CSC) para realização de um estudo etnográfico sobre dinâmicas de interação entre torcedores de futebol em uma ambientação digital, eu estava ciente que por mais rigoroso e minucioso que fosse meu trabalho, ele seria antes de mais nada um relato socioantropológico de uma experiência particular de um fenômeno muito mais complexo e abrangente. Em nenhum momento, objetivei realizar generalizações, nesse sentido, recusei o uso de categorias apriorísticas como as de “comunidades virtuais”, “sociedade em rede”, “cultura da convergência”. Ao invés de tentar enquadrar meu “objeto” dentro de grandes temáticas, meu principal interesse era o de descrever aquela experiência torcedora em particular, baseada em uma experiência torcedora que estava circunscrita em uma fração do ciberespaço, mais especificamente na mais popular plataforma de rede social da internet do Brasil, o Facebook.

Durante um ano e seis meses de pesquisa, repensei os pressupostos que levei a campo, alguns deles carregava comigo desde os tempos de graduação, quando realizei a pesquisa monográfica com a torcida organizada dos Cangaceiros Alvinegros<sup>141</sup>. De fato, fiz uma verdadeira “viagem”, em verdade, não muito longa e nem conturbada, ao sair do terreno das torcidas organizadas e do campo empírico presenteísta para fincar meus esforços de pesquisa no terreno do torcedor comum e sua performance em uma fresta do ciberespaço. Porém, o fato é que, como em qualquer viagem, precisei “arrumar as malas”, e neste caso, coloquei na bagagem novas perspectivas metodológicas e teóricas, uma “bagagem indispensável para ir a campo” (URIARTE, 2012).

De certo modo, não carreguei apenas esquemas teóricos e estratégias metodológicas, junto a estes, levei alguns pressupostos, problematizações e hipóteses preestabelecidas que me acompanhavam conscientemente, afinal, como nos lembra o antropólogo Roy Wagner (2010), os problemas que levamos a campo são problemas do pesquisador, não dos interlocutores, “[...] mas nós os levamos conosco quando visitamos outras culturas, junto com nossa escova de dentes e nossos romances favoritos” (WAGNER, 2010, p.243).

Dentre os problemas que levei, o mais acentuado repousava no entendimento de que o expressivo aumento das sociabilidades online entre aficionados por futebol, sobretudo aquelas experimentadas no âmbito das redes sociais da internet, estava gestando novas maneiras de torcer. Ao meu ver, a questão não poderia ser reduzida a ideia de que, o estava ocorrendo, seria apenas uma transposição de tradicionais práticas torcedoras de um universo físico (face a face) para a esfera online do ciberespaço. Não custou muito tempo, para que minha inserção em campo pudesse reforçar esse pressuposto, fazendo com que ele ganhasse contornos de premissa, especialmente quando identifiquei no depoimento de meus interlocutores a comunhão desta mesma ideia, como deixou claro a declaração de Fran Yan Tavares.

Acho que com essa questão da internet, mas sobretudo das redes sociais, [...] essas interações ficaram mais intensas, os torcedores puderam compartilhar ideias, lembranças, informações, ficou bem mais próximo, no sentido de ter notícias diárias sobre o time, isso trouxe o torcedor para mais perto do clube de certa forma. (Trecho de entrevista – 08/12/2016).

Diariamente, a partir do instante em que eu me conectava ao CSC, adotei rigorosamente a tarefa de “olhar” e “ouvir” todas as “vozes” possíveis emanadas dos interstícios do campo, tarefa que elenquei como prioritária, pois olhar e audição são “[...] duas muletas que

---

<sup>141</sup> C.f RIBEIRO, 2014.

lhe permitem trafegar”, segundo as palavras do antropólogo Roberto Cardoso (1998, p.21). As “vozes”, nome que dou aqui aos conteúdos (imagéticos e textuais) produzidos pelas interações dos participantes do CSC, eram muitas e por deveras heterogêneas e multifacetadas.

A cada discussão que presenciava, a cada jogo que pude acompanhar interagindo com os participantes do grupo, a cada advertência e sanção da moderação para com um ato desviante visualizado por eles, a cada fala de meus interlocutores, enfim, a cada novo “dado” evidenciado em campo, mais inquietações e reflexões me eram provocadas. Com o transcorrer do tempo, os acontecimentos que presenciei reforçaram a perspectiva de que o CSC não poderia ser reduzido a apenas um canal onde ocorriam trocas de opiniões e informações entre os torcedores de uma mesma agremiação. Estava evidente, pelo menos para mim, de que ali havia sido gestado um verdadeiro espaço social online do torcer, que mesmo abrigando “[...] apenas uma fatia da galera que torce Ceará, como bem pontuou o interlocutor Manoel Moreira, mas, ainda assim, era um palco para externalizar anseios, projetos, críticas, desabafos, relatos de experiência etc., em suma, era uma ambientação voltada para a experiencição do engajamento clubístico.

De fato, interpretar o CSC enquanto espaço online do torcer foi bastante significativo para a pesquisa. Foi a partir desse entendimento que pude perceber que as interações sociais que ocorriam entre seus membros seguiam uma lógica e possuíam um objetivo. Com a compreensão de que eu estava diante de um “território” torcedor diferente de outros, como os próprios estádios de futebol, pude notar que ali se gestavam códigos, lógicas e dinâmicas interativas particulares, mas não tão diferentes dos exigidos a uma vivência torcedora física.

Desse espaço torcedor emergia uma convivialidade clubística digital, gestada através do contato cotidiano dos membros, e atravessada por uma organicidade pensada por um conjunto excepcional de membros do grupo: a moderação. Era a moderação a responsável por criar as regras, e ao mesmo tempo por aplicá-las. Porém, esse coletivo que traçava “estratégias” para alcançar metas de “organização”, “unidade” e “democracia”, também faziam parte da convivialidade clubística, participando ativamente das dinâmicas interacionais do CSC.

Essas dinâmicas, a seu tempo, são atravessadas por “associações” entre os participantes (atores-humanos) e os entes técnicos (não-humanos). Era por meio dessa conexão que se operacionalizavam as interações torcedoras naquele ambiente digital: o compartilhamento de vídeos e links de notícias, a realização e divulgação de prints, publicação de fotos, o próprio uso dos equipamentos eletrônicos etc. Enfim, essas associações (homem/tecnologia) não só garantiam a articulação entre o engajamento clubístico dos

membros e a sua vivência, como, de fato, era por meio dela que o grupo existia, afinal, se não fosse a plataforma técnica do Facebook – sua infraestrutura de programação - o CSC provavelmente não existiria nos moldes que observei.

Ao mesmo tempo que essas dinâmicas interativas eram possibilitadas por essas associações entre atores humanos e os “não-humanos”, elas estavam orientadas por “procedimentos táticos” operacionalizados pelos membros. As “táticas” que utilizavam os torcedores do CSC traziam à tona o caráter “mediador” dos entes técnicos, pois, por meio da apropriação dos recursos tecnológicos disponíveis a cada torcedor, se praticava o engajamento torcedor dentro do grupo.

No entanto, essas operações táticas mostraram o quanto as fronteiras daquele espaço online do torcer eram flexíveis e porosas. Com o tempo, identifiquei que os conteúdos compartilhados no CSC muitas vezes vinham de outros lugares do ciberespaço, da mesma forma que poderiam migrar para outras especialidades online. O grupo irradiava e recebia informação, o grupo não se encerrava no grupo. Ao perceber essa característica me deparei com o que denominei tática nômade, que consistiam na ação de busca e compartilhamento de informações para fora dos enquadramentos do grupo, seja em outras localidades online ou até mesmo na esfera off-line.

Cheguei à conclusão de que mesmo sendo um ambiente restrito a torcedores do Ceará Sporting Club (os alvinegros), com dinâmica e organização específica, o grupo não estava tão “fechado” em torno de si e muito menos isolado dentro da plataforma que o abrigava, o Facebook. O CSC não era uma ilha, mas, um espaço interseccionado pelos múltiplos cruzamentos da experiência torcedora, experiência que é formada por itinerários, que vão desde as vivências passadas nas arquibancadas até das ambientações digitais.

Assim como eu, enquanto torcedor, muitos daqueles torcedores, sobretudo os mais ativos, continuavam a frequentar os estádios em dias de jogos, assistiam às transmissões radiofônicas ou televisivas de programas esportivos, participavam de conversações sobre futebol em seus percursos cotidianos, ainda eram alvos de presenciais trocas de jocosidades com os torcedores do time rival, enfim, provavelmente não perderam velhos hábitos, na verdade, adquiriram outros.

As gozações com os torcedores do maior rival, o Fortaleza, as críticas ou elogios ao desempenho do time do Ceará em determinados jogos, demonstrações de apoio ao clube em momentos de crise, análises táticas das partidas, palpites sobre a escalação, práticas que são amplamente realizadas no grupo e que, a não ser pelo fato de estarem sendo realizadas em uma ambientação digital, não fugiam de um roteiro composto por tradicionais práticas torcedoras.

É nesse ponto que repousa a pedra de toque dessa dissertação. A partir do momento em que o CSC foi compreendido não apenas como um prolongamento da vivência torcedora de seus participantes, mas entendido como um novo e diferente espaço do torcer, com suas particularidades e nuances, foi que maneiras de torcer presentes no grupo e expressas de forma digitalizada, foram se delineando como maneiras de praticar a identificação clubística. Mesmo se localizando em um espaço diferente dos locais físicos consagrados da prática torcedora, como as arquibancadas e os trajetos da própria cidade, e estando elas em um formato digitalizado, não corporalizado, essas maneiras de torcer presentes no CSC são formas de se praticar o clubismo, de experimentá-lo. Essa vivência é fundamental para o engajamento e identificação clubística, pois, é se praticando que se torna torcedor.

Partindo dessa suposição, conclui que diferente do que apregoava minha hipótese inicial, existia de fato uma transposição de algumas práticas torcedoras para aquela ambientação online. No entanto, esse deslocamento não ocorria isento de mudanças, afinal, ele era atravessado por mediações técnicas que influenciavam toda trajetória e os próprios formatos daquelas práticas. No CSC, assim como na rua ou no estádio de futebol, o torcedor alvinegro continuava a fazer chacota com a derrota do principal rival, porém, agora ele não precisaria de uma narrativa discursiva para isso, ele poderia simplesmente usar um meme; no grupo, o torcedor alvinegro lá presente poderia ficar sabendo de notícias do dia a dia do clube, como contratações, escalações etc., mas agora ele não precisaria ler um jornal impresso ou assistir a um programa esportivo de TV, ele poderia ler os comentários dos demais membros e ficar informado do que acontecia; o membro do CSC não precisaria está na rua, conversando com outro torcedor alvinegro para discutir sobre o desempenho da equipe, ele debateria em um tópico destinado a esse assunto.

Ao perceber que o torcer é acima tudo uma prática, e que se encontra bastante difundida nos interstícios do ciberespaço, onde o CSC é apenas um dos muitos pontos, foi que me deparei com o que acredito ser um apontamento de minha dissertação. De certo modo, uma das lacunas deixadas por esse trabalho é o que diz respeito a convergência entre os itinerários online e os circuitos presenteístas do universo torcedor. Todavia, esta lacuna específica não deve ser vista como uma deficiência do estudo, pelo contrário, ela desponta uma inquietação passível de problematizações futuras, pois, penso que antes de fornecer verdades contundentes e indiscutíveis, uma pesquisa precisa provocar mais questionamentos, como nos alerta Pierre Bourdieu (1993, p.63) ao declarar que “ A investigação talvez seja a arte de criarmos dificuldades fecundas - e de as criarmos aos outros. Nos lugares onde havia coisas simples, faz-se aparecer problemas”.

Para finalizar, declaro que esta pesquisa está alicerçada em um compromisso de aperfeiçoar e enriquecer o entendimento em torno do debate sobre o engajamento desses atores sociais – os torcedores comuns – no complexo e hierarquizado universo do futebol profissional. Uma adesão que está intrinsecamente correlacionada a questões de identificações individuais e coletivas, e que possuem implicações objetivas no cotidiano desses indivíduos.

## REFERÊNCIAS

- ADORNO, Theodor W. O fetichismo na música e a regressão da audição. São Paulo, Nova Cultural, 2000.
- APPADURAI, A. Dimensões culturais da globalização. Lisboa: Teorema, 1996.
- AUGUSTO, Sérgio. Botafogo: Entre o céu e o inferno. Coleção Camisa 13. Rio de Janeiro: Ediouro, 2004.
- BACHELARD, Gaston. A dialética da duração. São Paulo: Ática, 1988.
- BAILEY, F.G. Gifts and Poison: the politics of reputation. Oxford: Basil Blackwell, 1971.
- BOURDIEU, Pierre. Questões de sociologia. Rio de Janeiro: Editora Marco Zero, 1983
- \_\_\_\_\_. Razões Práticas: sobre a teoria da ação. Tradução: Mariza Corrêa. Campinas, SP: Papyrus, 1996.
- BEAUD, Stéphane; WEBER, Florence. Guia para a pesquisa de campo: produzir e analisar dados etnográficos. Petrópolis: Vozes, 2007.
- BECKER, Howard S. Métodos de pesquisa em ciências sociais. São Paulo: Hucitec, 1993.
- \_\_\_\_\_. Los Mundos del arte. Sociologia del trabajo artístico. Buenos Aires: Universidad Nacional De Quilmes Editorial, 2008.
- \_\_\_\_\_. Truques da escrita: para começar e terminar teses, livros e artigos. Rio de Janeiro: Zahar, 2015.
- CASTELLS, Manuel. A sociedade em rede – a era da informação: economia, sociedade e cultura. Vol. 1, 3 a edição, São Paulo: Paz e Terra, 2000.
- \_\_\_\_\_. A galáxia da internet. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.
- CARDOSO DE OLIVEIRA, Roberto. O trabalho do antropólogo: olhar, ouvir, escrever. In: O trabalho do antropólogo. São Paulo: Unesp; Paralelo 15, 1998.
- CERTEAU, Michel de. A Invenção do cotidiano. Artes de fazer. Petrópolis, Vozes, 1994.
- CLIFFORD, J. A experiência etnográfica. Antropologia e literatura no século XX. Rio de Janeiro: UFRJ, 1998.

COSTA, Sergio. Da desigualdade à diferença: direito, política e a invenção da diversidade cultural na América Latina. Contemporânea – Revista de Sociologia da UFSCar. São Carlos, v. 5, n. 1, jan.-jun. 2015, pp. 145-165.

\_\_\_\_\_. Regimes de Coexistência Interétnica no Brasil e na Alemanha: Contribuições a um debate inexistente. Sociologia: Revista da Faculdade de Letras da Universidade do Porto. Porto - Portugal. Número temático: Imigração, Diversidade e Convivência Cultural, p. 235-259, 2012.

CORREIA, Pedro Miguel Alves Ribeiro; MOREIRA, Maria Faia Rafael. Novas formas de comunicação: história do Facebook: Uma história necessariamente breve. Alceu, Rio de Janeiro, v. 1, n. 28, p.168-187, jan/jun de 2014.

DA MATTA, Roberto. Relativizando: uma introdução à Antropologia Social. Petrópolis: Vozes, 4.ed.,1987.

\_\_\_\_\_.et al. (Org.). Lance imperdível! Um retrato do esporte no Brasil. Rio de Janeiro: Lance, 2010.

\_\_\_\_\_. Esporte na sociedade: um ensaio sobre o futebol brasileiro. In\_\_\_\_\_. Universo do futebol: esporte e sociedade brasileira. Rio de Janeiro: Pinakothek, 1982. p. 19-42.

DAMO, Arlei. Do dom à profissão: a formação de futebolistas no Brasil e na França. São Paulo: Aderaldo & Rothschild Ed, Anpocs, 2007.

\_\_\_\_\_. Paixão Partilhada e Participativa: O Caso do Futebol. História: Questões & Debates, Curitiba, n. 57, p.45-72, jul/dez,2012.

\_\_\_\_\_. O Espetáculo das Identidades e Alteridades. In\_\_\_\_\_. CAMPOS, Flávio; ALFONSI, Daniela. Futebol: Objeto das Ciências Humanas. São Paulo; Leya,2014.

DELEUZE, G. A dobra: Leibniz e o Barroco. Trad. Luiz Orlandi. Campinas, São Paulo: Papyrus, 1991.

DELEUZE, G; GUATTARI, F. O que é a Filosofia? Rio de Janeiro: Ed. 34. 1992

\_\_\_\_\_.1995a. Mil Platôs: capitalismo e esquizofrenia. Vol.1. Rio de Janeiro: Ed. 34.

\_\_\_\_\_.1995b. Mil Platôs: capitalismo e esquizofrenia. Vol. 2. Rio de Janeiro: Ed. 34.

\_\_\_\_\_1997. Mil Platôs: capitalismo e esquizofrenia. Vol. 5. Rio de Janeiro: Ed. 34.

DORNELLES, Jonatas. 2004. Antropologia e Internet: quando o 'campo' é a cidade e o computador é a 'rede'. Horizontes Antropológicos / UFRGS. IFCH. Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social. Ano 10, nº 21, p. 241-271, jan./jun. 2004. Porto Alegre: PPGAS.

DIÓGENES, Glória. Itinerários de corpos juvenis: o tatame, o jogo e o baile. São Paulo: Annablume, 2003.

\_\_\_\_\_. Entre cidades materiais e digitais: esboços de uma etnografia dos fluxos da arte urbana em Lisboa. Revista de Ciências Sociais, Fortaleza, v. 46, n. 1, p.43-67, jan/jun de 2015.

ESCOBAR, Arturo. Welcome to Cyberia: notes on the anthropology of cyberculture. Current Anthropology, U.S.A., v. 35, n. 3, p. 211-231, june 1994.

DURKHEIM, Émile. As formas elementares da vida religiosa. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

ELIAS, Norbert; SCOTSON, John L.. Os estabelecidos e os outsiders: Sociologia das relações de poder a partir de uma pequena comunidade. Rio de Janeiro: Zahar, 2000.

ELIAS, Norbert; DUNNING, Eric. A busca da excitação. Lisboa: Difel, 1992.

ELIAS, Norbert. Introdução à sociologia. Lisboa: Edições 70, 2008.

FREHSE, Fraya. Ô da rua. O transeunte e o advento da modernidade em São Paulo. São Paulo: Edusp, 2011.

FOUCAULT, Michel. Vigiar e Punir: nascimento da prisão. Petrópolis - 20º ed. Editora Vozes, 1999.

GALEANO, Eduardo. Futebol ao sol e à sombra. Porto Alegre; L&PM,2014.

GEERTZ, Clifford. A interpretação das culturas. Rio de Janeiro, Guanabara Koogan S.A., 1989.

GEORGE, Marcus. E.; FISCHER, Michael. J.. "Ethnography and interpretative anthropology". *Anthropology as cultural critique*. Chicago & London: The University of Chicago Press, pp. 17-44. 1986.

GILROY, Paul. *Melancholia or Conviviality: The Politics of Belonging in Britain*. *Soundings. A Journal of Politics and Culture*, 29, 2005, pp. 35-47.

GOFFMAN, Erving. *A representação do eu na vida cotidiana*. Petrópolis: Vozes, 2002.

\_\_\_\_\_. *Ritual de interação: ensaios sobre o comportamento face a face*. Petrópolis: Vozes, 2012.

GOLDMAN, Márcio. *Os tambores dos mortos e os tambores dos vivos*. *Etnografia, antropologia e política em Ilheus, Bahia*. *Revista de Antropologia*, v. 46, n. 2, São Paulo, 2003.

\_\_\_\_\_. *Alteridade e experiência: antropologia e teoria etnográfica*. *Etnográfica*, v. X, n. 1, p. 161-173, 2006.

\_\_\_\_\_. "Os tambores do antropólogo: Antropologia pós-social e etnografia". *PontoUrbe*, ano 2, versão 3.0, julho, 2008.

\_\_\_\_\_. *Da existência dos bruxos: ou como funciona a antropologia*. *R@u: Revista de Antropologia da UFSCAR*, São Carlos, v. 1, n. 6, p.07-24, jan/jun, 2014.

GUATTARI, Félix. *Caosmose: um novo paradigma estético*. Tradução Ana Lúcia de Oliveira e Lúcia Cláudia Leão. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1992.

GUATTARI, F.; ROLNIK, S. *Micropolítica: cartografias do desejo*. Petrópolis: Vozes, 1996.

HINE, C. *Virtual ethnography*. Londres, Sage, 2000, p.192.

HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. São Paulo: DP&A, 11ª. Edição, 2006.

\_\_\_\_\_. *Quem precisa de identidade?* In: T. T. Silva (org.) *Identidade e diferença: a perspectiva dos Estudos Culturais*. Petrópolis: Vozes, 2007.

\_\_\_\_\_. Da diáspora: Identidades e Mediações Culturais. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2009.

KAUFMANN, Jean-Claude. A entrevista compreensiva: um guia para pesquisa de campo. Petrópolis: Vozes; Maceió: Edufal, 2013, 202p.

KNOBLAUCH, Hubert. Focused Ethnography. In: Forum: Qualitative Social Research, v. 6, n. 3, 2005.

KOZINETS, R. On netnography: Initial Reflections on Consumer Research Investigations of Cyberculture. Evanston, Illinois, 1997.

JENKINS, Henry. Cultura da Convergência. São Paulo: Aleph, p. 379, 2008.

LEMOS, André. Cibercultura: tecnologia e na vida social na cultura contemporânea. Porto Alegre: Sulina, 20013.

LÉVY, Pierre. O que é Virtual? São Paulo: Ed. 341, 1996.

\_\_\_\_\_. Cibercultura. São Paulo, SP: Editora 34, 1999.

\_\_\_\_\_. A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço. São Paulo. Edições Loyola, 1998.

LATOUR, Bruno. Jamais fomos modernos: ensaios de antropologia simétrica. Rio de Janeiro: Editora 34, 1994.

\_\_\_\_\_. Esperança de Pandora: ensaios sobre a realidade dos estudos científicos. Bauru: EDUSC, 2001.

\_\_\_\_\_. Reagregando o Social: uma introdução à teoria do Ator-Rede. São Paulo, EDUSC, 2012.

MACLUHAN, Marshall. El Medio Es la Masaje: un inventario de efectos. Barcelona: Paidós, 1995.

MAGNANI, José Guilherme Cantor. De perto e de dentro: notas para uma etnografia urbana. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, v. 17, n. 49, São Paulo, jun. 2002.

\_\_\_\_\_. A etnografia como prática e experiência. *Horizontes antropológicos*, v. 15, n. 32, Porto Alegre, jul. /dez. 2009.

MALINOWSKI, Bronislaw. *Argonautas do Pacífico Ocidental*. Os Pensadores, São Paulo, Abril Cultural; 1998.

MARTINO, Luís Mauro Sá. *Teoria das Mídias Digitais: Linguagens, Ambientes e Redes*. Petrópolis, Vozes, 2014.

MAUSS, Marcel. A expressão obrigatória de sentimentos. In: \_\_\_\_\_; CARDOSO DE

OLIVEIRA, Roberto (Org.). *Ensaio de Sociologia*. São Paulo: Ática, 1979, p. 147-53. [Col. Grandes Cientistas Sociais].

PAIS, José Machado. *Culturas juvenis*. Lisboa: Imprensa Nacional-Casa da Moeda, 2003.

\_\_\_\_\_. *Vida cotidiana: enigmas e revelações*. São Paulo: Cortez, 2003a.

PEIRANO, Mariza. *Rituais ontem e hoje*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

\_\_\_\_\_. *Etnografia, ou a teoria vivida*. Ponto Urbe, São Paulo: NAU/USP, ano 2, versão 2.0, fev. 2008.

OLIVEIRA JR., Ricardo César Gadelha de. *Doação e trabalho voluntário dos Torcedores no Futebol Cearense: O caso do movimento independente da Torcida Tricolor*. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2012.

PIMENTA, Carlos Alberto Máximo. *Torcidas organizadas: Brutalidade uniformizada no Brasil*. In: PINSKY, Jaime; PINSKY, Carla Bassanezi. *Faces do fanatismo*. São Paulo: Contexto, 2004. p. 262-281.

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

RECUERO, Raquel. *Redes sociais na internet – Porto Alegre: Sulina, 2009*. (Coleção Cibercultura) 191 p.

RHEINGOLD, Howard. *La Comunidad Virtual: Una Sociedad sin Fronteras*. Gedisa Editorial. Colección Límites de La Ciência. Barcelona, 1994

RIAL, C. S.. Porque todos os rebeldes falam português: a circulação de jogadores brasileiros/sulamericanos na Europa, ontem e hoje. *Antropologia em Primeira Mão*, v. 14, p. 5-32, 2009.

RIBEIRO, Josiane Maria de Castro. *Experiência e sentido nas torcidas organizadas Cearamor e M.O.F.I.* Fortaleza: Expressão Gráfica, 2011.

RIBEIRO, Marcelo da Silva. *Identidade futebolística e regional nas arquibancadas: o caso da torcida organizada dos cangaceiros alvinegros e sua ideologia de valorização regional*. Monografia (bacharelado em Ciências Sociais) – Fortaleza: Universidade Federal do Ceará, 2013. 82 p.

RIFIOTIS, T. et al. (Org.). *Antropologia no ciberespaço*. Florianópolis: Edufsc, 2010.

RIFIOTIS, T. et al. A etnografia como método: vigilância semântica e metodológica nas pesquisas no ciberespaço. In: MALDONADO, A.E. et al. (Orgs.). *Epistemologia, investigação e formação científica em comunicação*. Rio do Sul: Unidavi, 2012.

\_\_\_\_\_. Etnografia no ciberespaço como “repopoamento” e explicação. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, [s.l.], v. 31, n. 90, p.85-99, fev. 2016. Semestral. ANPOCS. <http://dx.doi.org/10.17666/319085-98/2016>

ROCCO JR, Ary José. *O gol por um clique: uma incursão ao universo da cultura do torcedor de futebol no ciberespaço*. Tese de doutorado apresentada no Programa de Comunicação e Semiótica da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC/ SP), 2006.

RODRIGUES, Nelson. *À sombra das chuteiras imortais*. São Paulo: Cia. das Letras, 1992.

ROGÉRIO, Radames de Mesquita. *No "segundo tempo da vida": o jogador de futebol e a passagem para a pós-carreira*. 273f. – Tese (Doutorado) – Universidade Federal do Ceará, Programa de Pós-graduação em Sociologia, Fortaleza (CE), 2014.

ROSSINI, Vinicius Santucci. *Os manjadores entenderão: os conteúdos virais e a sociabilidade no ciberespaço*. Ponto Urbe, São Paulo: NAU/USP, 30 jun 2014. Disponível em: < <http://pontourbe.revues.org/1628>>. Acesso em 15 junho de 2015.

SÁEZ, Oscar Calavia. O lugar e o tempo do objeto etnográfico. *Etnográfica: Revista do Centro em Rede de Investigação em Antropologia*, Santa Catarina, v. 15, n. 3, p.589-602, out. 2011.

SANTOS, Francisco Coelho dos; CYPRIANO, Cristina Petersen. Redes sociais, redes de sociabilidade. *Revista brasileira de Ciências Sociais*. vol.29, n°85; São Paulo. jun. 2014.

SCHUETZ, Alfred. *The Problem of Rationality in the Social World*. *Economica, New Series*, Vol. 10, n. 38, 1943, p. 130-149.

SEGATA, Jean. *Lontras e a Construção de Laços no Orkut: uma antropologia no ciberespaço*. Rio do Sul: Nova Era, 2008.

\_\_\_\_\_. *A Etnografia como Promessa e o “Efeito Latour” no Campo da Cibercultura*. *Ilha R. Antropologia*, [s.l.], v. 16, n. 2, p.69-87, 15 dez. 2014. Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC).

SEVCENKO, Nicolau. Futebol, metrópole e desatinos. *Revista da USP. Dossiê Futebol*, São Paulo. USP, n 22 (jun, jul, ago), p. 30-37, 1994.

SILVA, T. T. (Org.) *O que é, afinal, Estudos Culturais?* Belo Horizonte: Autêntica, 2006.

SIMMEL, G. “Sociabilidade: um estudo de sociologia pura ou formal”. In MORAES FILHO, E. (org) *Sociologia*. São Paulo: Ática, 1983.

\_\_\_\_\_. *Questões fundamentais da sociologia: indivíduo e sociedade*. Rio de Janeiro: Zahar, 2006.

STRATHERN, M. *Cutting the Network*. *Journal of the Royal Anthropological Institute*, London, v. 2, n. 3, 1996.

\_\_\_\_\_. *No Limite de uma certa linguagem*. *Mana*, São Paulo, v. 2, n. 5, p.157-175, 1999.

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

TOLEDO, Luiz Henrique de. *Lógicas no Futebol*. São Paulo: Hucitec/Fapesp, 2002.

\_\_\_\_\_. *Torcer: a metafísica do homem comum*. *Revista de História*. São Paulo, n.163, p.175-189, julh/dez. 2010.

TURKLE, S. 1995. *La vida en la pantalla*. Barcelona, Paidós, 414 p.

TURNER, Victor W. *O processo ritual: estrutura e antiestrutura*. Petrópolis: Vozes, 1974.

URIARTE, Urpi Montoya. *O que é fazer etnografia para os antropólogos*. *Ponto Urbe*, [s.l.], n. 11, p.1-39, 1 dez. 2012.

VASCONCELOS, Artur Alves de. *Nordestinando as arquibancadas: os Cangaceiros Alvinegros no Universo das Torcidas Organizadas cearenses*. Tese (Doutorado em Sociologia) – Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2016.

VELHO, Gilberto. *Individualismo e Cultura: notas para uma Antropologia da Sociedade Contemporânea*. Rio de Janeiro. 3° ed. Jorge Zahar Editor, 1994a.

\_\_\_\_\_. Projeto e Metamorfose. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1994b.

\_\_\_\_\_. (Org.). O desafio da proximidade. In: VELHO, Gilberto; KUSCHNIR, Karina (Org.). Pesquisas urbanas: desafios do trabalho antropológico. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003. p. 11-19.

WAGNER, Roy. A invenção da cultura. São Paulo: Cosac Naify, 2010.

\_\_\_\_\_. Existem grupos sociais nas terras altas da Nova Guiné? Cadernos de Campo, São Paulo, n. 19, p.237-257, 2010a.

WHITE, William F. Sociedade de Esquina. Rio de Janeiro: Zahar, 2007.

WILSON et al. A Review of Facebook Research in the Social Sciences. Perspectives on Psychological Science, 7 (3), 203-220, 2012.