



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

QUANDO A REDE ENTRA EM CAMPO – AS RELAÇÕES ENTRE FUTEBOL E ‘NOVAS TECNOLOGIAS’ DE COMUNICAÇÃO A PARTIR DA LISTA DE DISCUSSÃO ‘FLAMENGO.PLACAR’¹

Renata Cristina FREIRE CORRÊA

Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Imagem e Informação,

UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE

RESUMO - *Discussão a respeito das modalidades de sociabilidade propiciadas pela rede Internet, através da análise de uma lista de discussão de torcedores do time de futebol carioca do Flamengo. A partir da lista de discussão ‘flamengo.placar’, busca-se uma análise das relações entre o futebol e esse novo meio de comunicação.*

Para tal, tece-se um breve passeio teórico acerca dos seguintes pontos: as questões ligadas ao futebol e aspectos identitários; as tecnologias do virtual no contexto da globalização; o conceito de ‘comunidades virtuais’. Finalmente, parte-se para uma análise específica da lista de discussão acima mencionada..

Palavras-chave: futebol, identidade e computador.

O futebol assume hoje o caráter de um fenômeno ‘mediatizado’. No Brasil, tal esporte travou, ao longo de sua história, intensa relação com a mídia. Torcida, jogadores,

¹ Trabalho apresentado no NP18 – Núcleo de Pesquisa Mídia Esportiva, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



dirigentes e diversos meios de comunicação se imbricaram, de diferentes formas, no percurso deste esporte, desde as primeiras décadas do último século.

Sem sombra de dúvidas, o alcance nacional conquistado pelo futebol e a imagem constituída por este no país foram, em certa medida, determinados e influenciados pelos meios de comunicação e suas produções, como as imortais crônicas de Mário Filho (que viria, em 1932, a fundar o “Jornal dos Sports”), João Saldanha e Nelson Rodrigues, a “Manchete Esportiva”, as rádios que transmitiam os jogos, o cinejornal “Canal 100” (nos anos 60 e 70).

De início, a imprensa (principalmente os jornais) detinha-se a uma análise de cunho elitista, acompanhando o próprio caráter do futebol de então. Nas décadas de 10 e 20, a torcida (com uma composição predominantemente popular, ao contrário dos jogadores – pertencentes à elite) era pejorativamente analisada como responsável pela violência no esporte.

Porém, essa situação se reconfiguraria. A partir da ‘democratização’ do futebol (quando, na década de 20, se permitiu a entrada de pretos, mulatos e brancos pobres nas equipes) e da profissionalização dos jogadores, o futebol foi ganhando o caráter de entretenimento das massas e a imprensa começou a buscar da conta desse fenômeno.

Por volta dos anos 40 e 50, o rádio passou a ser outro meio de comunicação a se relacionar com o futebol e com suas torcidas. Buscando superar a ausência de imagens, os radialistas esportivos davam origem a todo um universo de gírias e expressões que perdurariam em outras dimensões do futebol. O célebre rubro-negro Ary Barroso, por exemplo, em meados da década de 40, na Rádio Tupi, narrava os jogos de forma única e passional. Por diversas vezes, protestou, frente ao seu microfone, contra a venda de Leônidas (craque do Flamengo). Além disso, foi ele o responsável por nomear uma das primeiras torcidas organizadas do país: “A Charanga”.



Porém, a partir das décadas de 50 e 60, com o surgimento da televisão, grandes transformações vão se operar no futebol brasileiro. Pouco a pouco, o esporte vai se adequando a regras mercadológicas e ao marketing esportivo.

Além disso, as próprias características deste meio, a televisão, influenciaram as performances de jogadores e torcidas. Afinal, foi se tomando consciência de que havia uma outra platéia, uma outra audiência. As comemorações dos jogadores concentradas principalmente em direção à torcida e à própria equipe, em certa medida, ganham uma nova dimensão. Sem que a primeira forma fosse abandonada, alguns jogadores passam a comemorar os gols correndo em direção às câmeras e mostrando mensagens em camisetas.

Alguns torcedores, também conscientes do espetáculo para além do estádio (mediatizado e transmitido para vários lugares) levam consigo, para os estádios, cartazes com mensagens para parentes distantes ou chacotas dos adversários, por exemplo, buscando serem filmados.

Porém, o mundo tem experimentado a emergência de mais um meio, mais um ambiente comunicacional: o computador e as redes telemáticas. Tal meio tem características muito próprias como: maior amigabilidade para usuário com conseqüente relativização do núcleo emissor de mensagens, grande velocidade de transmissão de dados e enorme alcance geográfico.

Pensando-se as relações mídia e futebol a partir destas ‘novas tecnologias de comunicação’, este trabalho tem por objetivo, portanto, discutir as modalidades de sociabilidade propiciadas pela rede Internet, através da análise de uma de uma lista de discussão de torcedores do time de futebol carioca do Flamengo.¹

¹ Tal estudo de caso é parte do projeto de mestrado “É Bola na rede! Futebol e identidade no ciberespaço”, ainda em andamento, do programa de pós-graduação em “Comunicação, Imagem e

¹ Trabalho apresentado no NP18 – Núcleo de Pesquisa Mídia Esportiva, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



Partir-se-á da hipótese de trabalho de que, se tomarmos os grupos de torcedores que se relacionam através destas listas de e-mails a respeito de times do futebol carioca, teremos que as formas de sociabilidade que emergem das novas tecnologias são, através destas, rearticuladas. Isto é, tais grupos hibridizam características globalizantes inerentes, a priori, ao próprio meio (a ‘quebra’ de fronteiras político-territoriais e a instantaneidade da comunicação) e peculiaridades específicas e localizadas (a paixão pelo clube e as formas de relacionamento do torcedor com o futebol e com os outros torcedores).

O presente artigo se dividirá em três partes: As relações entre o futebol e a identidade, no contexto da globalização; um breve passeio teórico sobre a noção de comunidade virtual e as questões relativas especificamente à lista “flamengo.placar”.

Buscando-se investigar as características da comunidade virtual articulada através da lista acima citada (“flamengo.placar”), objetivar-se-á responder, nesse estudo de caso, de que forma os torcedores vivenciam a experiência do futebol a partir desse novo meio? Quem são os participantes da lista? De que forma a lista, seus participantes e o conteúdo dela influenciam e são influenciados pelo mundo *off line*? De que forma os participantes se relacionam? Quais são suas expectativas em relação à lista? Quais os principais conteúdos das mensagens? E, como questão principal, busca-se, através desta “comunidade virtual”, um entendimento (assumidamente, ainda parcial e sem pretensões de esgotamento do tema) deste novo ambiente comunicacional que vem se instaurando, de forma a questionar-se a respeito de um novo modo de apropriação cultural da técnica, através de um meio de comunicação com características bem peculiares.

Informação”, da Universidade Federal Fluminense. Este projeto visa articular, no âmbito da comunicação, dois universos, a princípio, distintos: o universo da pesquisa sobre cibercultura e a sociabilidade através das redes telemáticas e o universo do futebol.



As relações entre identidade e o futebol no contexto da globalização

A escolha de tal objeto (a lista de discussão de torcedores do Flamengo “flamengo.placar”) deve-se ao fato do futebol, ao lado do carnaval (e do próprio samba), ser um fenômeno que costuma ser reivindicado como traço definidor da identidade cultural brasileira. Seu difundido caráter de ‘esporte nacional’ o torna um objeto emblemático no que diz respeito às discussões sobre a construção e (re)configuração de identidade na sociedade brasileira. Tendo sido este mencionado como índice de compreensão das formas de organização e representação brasileiras. (Guedes, 1988)

Repetidamente o Brasil vem sendo tratado como ‘o país do futebol’. Tal jargão é constantemente citado na imprensa especializada e por torcedores de todo o país. Por vezes, a origem inglesa do esporte parece ter sido suplantada por um ‘casamento’ perfeito do futebol com o Brasil e seu povo. Porém, é importante salientar aqui que tal concepção é produto de toda uma construção de sentimento do que seria o nacional. O futebol como parte da ‘consciência nacional brasileira’ é parte de um processo ‘artificial’ de imaginação da identidade nacional. Bem como ocorreu com o samba, há, atualmente uma percepção de naturalização deste processo, como se o futebol fosse por excelência e desde sempre o esporte nacional.

No Brasil, além de demarcador do sentimento de pertencimento à pátria, o futebol atua como identificador também através das torcidas dos clubes. Assim, o próprio ato de torcer por um clube transcende ao momento do jogo e torna-se marca identitária – muitas vezes reivindicada, explicitada, através da utilização de camisetas e outros artigos, da participação de torcidas organizadas e de outras manifestações de *fidelidade* e *paixão* por um time, mesmo fora de eventos esportivos.



Além disso, pelo seu forte potencial econômico, podemos perceber, por parte dos próprios clubes e dos meios de comunicação de massa, um intenso estímulo a tais manifestações.

Atualmente, uma destas manifestações (que diz respeito ao presente artigo) é representada pelas listas de discussão *online* que se organizam para tratar do futebol, ou mais especificamente, dos clubes, times e torcidas. Tais *listas* se configuram como um espaço em que se articulam as tecnologias do virtual como base de uma dinâmica muito específica de relação.

- **Tecnologias do virtual e suas implicações culturais**

Esse tipo de articulação, na qual as tecnologias do virtual têm funcionado como meio de comunicação tem gerado implicações culturais que vêm sendo percebidas segundo perspectivas diversas.

Paul Virilio (1993) é, por exemplo, um crítico radical desta tirania da velocidade. Discutindo seus efeitos, o autor afirma o comprometimento das tecnologias do virtual com um processo no qual os conceitos fundantes da identidade coletiva, da sociabilidade e da subjetividade do homem (como as questões relativas ao tempo, espaço, tradição, memória) são consideravelmente abalados. Gerariam, portanto, uma civilização sem referências, calcada apenas em uma memória imediata.

Renato Ortiz (1994), complexifica a discussão a respeito da temática da cultura no contexto da sociedade global apontando a emergência de uma cultura mundializada, resultante de estratégias das indústrias culturais com uma política mundial de atuação. Esta transcende grupos, classes sociais e nações. A questão não é mais a troca entre culturas e nem mesmo um processo onde, a partir de um centro definido, difunde-se uma cultura específica. O autor trata os processos culturais contemporâneos como parte

1 Trabalho apresentado no NP18 – Núcleo de Pesquisa Mídia Esportiva, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



de um fenômeno sistêmico e descentrado, dominado por produtos sem origem definida, utilizados por uma comunidade transcultural emergente, permeada pela idéia de um imaginário transnacional-mediático.

Embora alguns autores defendam a premissa da homogeneização dentro do contexto da mundialização cultural, há outros que a recusam, apontando concomitantemente a multiplicidade, a pluralidade e a efemeridade dos arranjos possíveis entre o global e o local.

Nestor Canclini (1995), por exemplo, aponta a necessidade de que os questionamentos não se restrinjam a apontar o fim dos Estados-nação e de seus símbolos, e sim que transcendam para uma nova percepção das articulações deste repertório cultural como as novas formas de elaboração e construção de identidade, permeadas por elementos de culturas diversas. Assim, seria necessário que, buscando-se fazer reflexões significativas sobre os processos de identificação na contemporaneidade, admitam-se “(...) a heterogeneidade, a coexistência de vários códigos simbólicos num mesmo grupo e até em um só sujeito, bem como os empréstimos e transações interculturais.(...)”

Assim, a questão a ser colocada é: até que ponto se pode afirmar que os meios de comunicação possibilitados pelas tecnologias do virtual são veículos de comunicação que destruiriam, portanto, as identidades construídas sobre afinidades não-globais (como as geográficas, de bairro, ou de time).

As torcidas *on line* são grupos de pessoas que se relacionam a partir de um meio de comunicação baseado em tecnologias do virtual e que têm como principal elo de coesão o ato de torcer por um time específico. Essas torcidas permitiriam, então, uma discussão desta questão de forma mais complexa, a partir da qual poderíamos perceber os limites ou a efetividade das questões acima colocadas.



A noção de comunidade virtual – A filiação sociológica do conceito de comunidade

A análise da lista “flamengo. placar” é parte de uma discussão mais ampla, que se remete ao conceito de “comunidade virtual”. A própria utilização deste termo é polêmica e será melhor abordada mais à frente.

Toda essa discussão se filia, porém, a questões anteriores que permeiam o pensamento ocidental antes do surgimento das “comunidades virtuais”. A sociologia vem, de forma recorrente, levantando questões referentes às relações entre os avanços tecnológicos, seus efeitos na modernidade e as suas conseqüências nas comunidades (Tonnies,1957; Durkheim,1978; Simmel,1979). Tais avanços foram percebidos, em geral, segundo duas perspectivas. Se, por um lado, provocavam uma total degradação, por outro lado, permitiam que, individualmente, seus membros se libertassem das pressões existentes nos grupos de solidariedade tradicionais.

Tais perspectivas têm se baseado na distinção, traçada por Tonnies entre *gemeinschaft* e *gesellschaft* (traduzidas como comunidade e sociedade). Esta oposição básica, traçada a partir das análises sobre os impactos da modernidade, seria um marco na distinção entre a *gemeinschaft* (referência à comunidade tradicional, holista e homogênea, na qual os membros partilham valores, interesses e o espaço físico que ocupam) e a *gesellschaft* (um tipo de relação social que emerge com a modernidade e na qual a noção de *comunidade solidária* perde sentido e as relações mecânicas, orientadas por um sentido racional de interesses específicos e individuais). Essas relações “modernas” são descritas pelo autor de forma nostálgica e melancólica, sendo percebidas como sendo um “estado patológico” da sociedade.

A distinção trabalhada na análise de Tonnies é retomada por Durkheim que diferencia dois tipos de solidariedade. Uma, referente às sociedades pré-industriais, constituídas por membros que se assemelham e calcadas sobre os sentimentos de pertencimento territorial, à família e à religião. A outra, oposta à primeira, estaria calcada sobre a

1 Trabalho apresentado no NP18 – Núcleo de Pesquisa Mídia Esportiva, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



divisão do trabalho e, com o advento do capitalismo, pressupõe a cooperação entre indivíduos diferentes entre si.

A modernidade e as relações sociais que se estabelecem a partir desta vêm sendo exploradas em trabalhos que, em geral, apontam nessa mesma direção; enfatizando as constantes mudanças e transformações presentes na sociedade moderna, salientando a enorme diversidade de valores aos quais o indivíduo é exposto. A sociedade moderna é, então, analisada em oposição ao que seriam as comunidades rurais preexistentes, onde predominariam laços afetivos; onde harmonia, a integridade de relações, a homogeneidade e a igualdade seriam facilmente encontradas.

Porém, é possível lançarmos uma certa desconfiança a essa perspectiva utópica e idílica a respeito das comunidades pré-industriais. Peter Burke (1989), ao aproximar-se deste período com um olhar mais cuidadoso, considera esta visão uma idealização cultivada que, a partir de uma análise histórica, é desmentida.

E é esta visão, idealizada e utópica de comunidade, uma das fortes influências que pesam no início do desenvolvimento das tecnologias virtuais de comunicação e na concepção do conceito de “comunidade virtual”.

O conceito de “comunidade virtual” é permeado, a princípio, por uma corrente de pensamento muito correlata à contracultura da década de 60 e ao próprio início da disponibilização do computador pessoal e da ampliação das descobertas das novas tecnologias. Nesse momento, questionavam-se as convenções constituídas, até então, pela sociedade burguesa e capitalista, calcadas em valores como o trabalho e a religiosidade cristã dominante.

O pensamento libertário, a concepção de liberdade amorosa, a defesa de sociedades livres de hierarquias sociais e a cultura utópica dos jovens que desenvolviam tecnologia no Vale do Silício na Califórnia, naquele primeiro momento, permeiam muito do atual pensamento relativo à rede, ao computador e às comunidades virtuais.

1 Trabalho apresentado no NP18 – Núcleo de Pesquisa Mídia Esportiva, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



Constituiu-se, sobre essas bases, toda uma utilização ‘mística’ e idealizada do conceito de “comunidades virtuais”. Surgem, então, duas matrizes principais que são recorrentes nos estudos a respeito das comunidades virtuais. Tais matrizes trabalhadas por autores como Lévy (1999) e Rheingold (1993) centram-se em duas potencialidades principais e, que, em algum sentido podem ser consideradas idealizadas e, ao mesmo tempo, contraditórias. Ainda sim, convivem dentro de um mesmo tipo de discurso.

Por um lado, há uma perspectiva que retoma o sentido de comunidade previamente estabelecido a partir da conceituação de *gemeinschaft*. Isto é, as “comunidades virtuais” passam, então, a serem encaradas como uma comunidade entre iguais, nas quais haveria um sentimento de homogeneidade e a ausência de hierarquias sociais. As peculiaridades do meio virtual, como salienta Rheingold na sua análise da comunidade “The Well”, possibilitariam ainda, uma relação mais “verdadeira” e espontânea na medida em que “apagariam” marcas sociais e estéticas que, em uma situação *off line* poderiam ser geradoras de preconceitos. Seriam essas o lugar em que os indivíduos poderiam encontrar conforto e compartilhamento de opiniões semelhantes.

Por outro lado, tais análises das “comunidades virtuais” (podendo-se citar os próprios Rheingold e Lévy), reivindicam para tais grupos características de um “espaço” cosmopolita de liberdade de expressão e de constituição de uma inteligência coletiva, nos quais se valorizariam a enorme heterogeneidade sócio-cultural dos participantes.

Assim, ao nos aproximar-se desta dupla e oposta idealização, pode-se perceber uma constante tensão, permanentemente percebida nos agrupamentos virtuais, entre o coletivo e o indivíduo; a censura e a liberdade de expressão; a heterogeneidade e os interesses entre iguais.



Se tais questões já se configuram em comunidades IRL², as comunidades virtuais as vivenciam de uma forma muito própria.

Nessim Watson complexifica esse debate através de um estudo de caso: a ‘Phish Net Fan Community’ (1997). Para além do próprio questionamento da aplicabilidade ou não da metáfora da comunidade para grupos ‘virtuais’, o autor propõe diversas outras questões que se entrecruzam com a questão da comunidade virtual e que permeiam os estudos sobre tais grupos. Seriam parâmetros segundo os quais esses próprios grupos poderiam ser classificados como mais próximos, ou mais distantes, de se colocarem como uma ‘comunidade virtual’. Dentre estes, podem-se destacar as questões relativas à comunicação entre os participantes e a construção de códigos e significados próprios; a frequência e a regularidade das contribuições; a sinceridade e os traços pessoais na rede; as questões relativas à hierarquia e normas de comportamento dentro do grupo e a representatividade social do mesmo.

O que aqui se propõe é, a partir de um estudo caso, buscar-se dar concretude a essas discussões através de uma aproximação, seguindo uma metodologia etnográfica³, da lista de discussão ‘flamengo.placar’.

² *In Real Life*

³ Olhar microscópico, com aproximação cuidadosa, *observação participante* e *descrição densa*. Para uma análise mais aprofundada da utilização do método etnográfico à abordagem de aspectos da comunicação mediada por computador, ver: SÁ, Simone Pereira de. *Netnografias. Aproximações microscópicas da sociedade em rede*. Paper apresentado na mesa-redonda: Redes de comunicação na cultura e na sociedade. Seminário Interprogramas de Pós-graduação. PUC –SP. 2000 (b)



A lista “flamengo.placar”

As observações da lista “flamengo.placar” que serão consideradas aqui foram feitas no período de maio (nascimento do grupo) de 2001 a outubro do mesmo ano.

Uma lista de discussão é uma ferramenta de troca de e-mails que tem por princípio a possibilidade de todos os participantes enviarem mensagens que serão direcionadas a todos os membros do grupo. Isto é, as mensagens enviadas serão compartilhadas por todos os participantes.

Tais grupos possuem um moderador que, em diferentes graus, coordenam o funcionamento do grupo. Além disso, ao ingressar em um grupo de discussão o novo membro toma ciência de suas normas de funcionamento.

A lista “flamengo.placar” é disponibilizada a partir do *site* da revista esportiva “Placar”. Tal *site* fornece, em uma página específica, a possibilidade de criação de grupos de discussão de torcedores de times específicos. Porém, embora sejam organizadas através do mesmo *site*, as listas de times diferentes são independentes, não se comunicam entre si e cada lista se destina a um time (uma é destinada aos torcedores do Vasco da Gama e a outra, aos torcedores do Flamengo, por exemplo).

A partir da observação contínua da lista em questão, chegou-se a algumas conclusões referentes aos seus participantes e funcionamento. Dentre as principais temáticas exploradas nas mensagens, pode-se citar os seguintes pontos como assuntos mais recorrentes:

mensagens ufanistas, exaltando a tradição do time e a união e grandiosidade da torcida;
discussões a respeito dos jogos, do esquema tático e das substituições durante os jogos;
compartilhamento, entre os participantes, de emoções positivas (de celebração nos momentos de vitória) ou negativas (de desespero, revolta ou tristeza durante as crises do time);

1 Trabalho apresentado no NP18 – Núcleo de Pesquisa Mídia Esportiva, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

mensagens de deboche, sátira aos adversários (principalmente ao rival Vasco da Gama), por vezes, trazendo em anexo arquivos sonoros (paródias) ou de imagem (charges) que desvalorizam os adversários;

debates acerca do direito de exibição dos jogos por algumas emissoras específicas e, conseqüentemente, discussões sobre formas de burlá-lo, ou sobre a necessidade de combater-lo ou questioná-lo;

enquetes com variados assuntos relacionados ao time ou ao futebol em si;

divulgação de notícias publicadas em meios de comunicação esportivos acerca do Flamengo;

discussões acerca da compra ou venda de jogadores pelo clube;

troca de material (revista, pôsteres, fotografias), sobre o clube;

disponibilização de material virtual (arquivos sonoros ou visuais como: hino do clube, papéis de parede, locução de gols importantes, etc);

críticas à diretoria e administração do clube;

O que se pode perceber através da observação desta lista é o fato que, entre os participantes, existe uma gradação de frequência e importância nas participações. Conseqüentemente, há uma diferenciação na importância dada à lista por alguns grupos de participantes específicos.

Poderia se dizer que há um núcleo central, de participantes extremamente ativos, com forte interlocução entre si. Tais participantes são responsáveis, em quase a totalidade dos casos, por dar início aos assuntos que em seguida serão comentados pelos outros. Além disso, trazem notícias, lançam polêmicas e buscam uma atuação *extra lista* (procuram representatividade *off line*) que será melhor comentada a seguir.

Os participantes que podem ser colocados neste núcleo central, em geral, assinam suas mensagens com seus nomes (fictícios ou reais). Alguns colocam também outras informações como local de trabalho, posição que ocupa em determinada empresa,

1 Trabalho apresentado no NP18 – Núcleo de Pesquisa Mídia Esportiva, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



telefone e endereço de *site* próprio. Há ainda aqueles que finalizam suas mensagens com saudações a respeito do time, de suas conquistas e de suas futuras disputas como, por exemplo: “*Saudações Rubro-Negras, Rumo ao Bi da Mercosul*”, “*Mengão campeão*”, ou ainda “*Vamos torcer, nação!*”.

Dentre os participantes desse grupo mais assíduo, a comunicação em geral se dá de forma direcionada, com vocativos nominais, em respostas a mensagens anteriores. São conversas em que os participantes se chamam pelo nome e retomam mensagens anteriores daquele com quem se fala.

No episódio da possível compra do jogador Júnior Baiano, por exemplo, no período de agosto de 2001, um participante (T.)⁴ dos mais assíduos, iniciou a temática com a seguinte mensagem:

“Vcs já devem saber da novidade: O retorno de Jr. Baiano. Um amigo meu disse: INFELIZMENTE. Eu digo: FELIZMENTE. Por que?(sic) Oras, porque QUALQUER COISA é melhor do que Gilmar, e foi ainda não vimos (sic) o Leonardo Valença jogando, então agora é torcer para que ele leve a sério o manto sagrado e jogue com amor à camisa e à torcida.”

Com essa mensagem T. detonou no grupo uma reação intensa e acalorada. Alguns participantes que jamais haviam se pronunciado opinaram. B., por exemplo, que a partir desse episódio se tornaria uma das mais assíduas colaboradoras do grupo, escreveu:

“Bem é a primeira vez q escrevo pra lista...Esse assunto muito me assusta(...) primeiro q pra mim ele (Júnior Baiano) é vascaíno...logo não gosto dele desde o o jogo em que o Edmundo meteu 3 no flamengo por culpa da zaga que era composta por Jr. Baiano, o próprio. Mas depois eu voltei pro quarto(...)acabei refletindo um pouco e tenho q

⁴ Abreviar-se-á, aqui, os nomes dos participantes.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

concordar com o T., QUALQUER COISA É MELHOR DO QUE ESSE GILMAR...que consegue ser pior q um antigo zagueiro um tal de Índio (sic) vcs se lembram dele?”

Um dos participantes (D.), também assíduo na lista, respondeu concordando com T.:

“Concordo contigo, T. Ele é x milhões de vezes melhor que o Gilmar e já vestiu o manto. Quanto às declarações quando foi para o bacalhau, era para naum (sic) pegarem no pé dele, já que ele é profissional, assim como o Paulo Nunes no Corinthians”.

D. mencionava nessa mensagem o fato do jogador em questão ter se declarado vascaíno anos antes, ao entrar no time “rival”. Com essa mensagem, a discussão passou da compra ou não de tal jogador à definição de seu “time de coração”. Alguns participantes enviaram mensagens lembrando momentos em que Jr. Baiano se disse vascaíno. Outros recordavam “provas” de amor dadas pelo jogador à torcida rubro-negra. Enfim, as discussões chegaram a um ponto mais geral: Até que ponto um jogador é um profissional ou deve jogar por paixão ao clube? Essa questão permeou as últimas décadas da história do futebol e se refletem em vários momentos desta lista, inclusive no episódio citado.

A tensão profissionalismo e amadorismo reflete, no futebol, o ‘dilema brasileiro’: uma sociedade que é gerida por dois diferentes domínios: o tradicional (com o futebol espontâneo, craques que jogam por ‘amor à camisa’, por exemplo) e o moderno (com a ‘racionalização’ e profissionalização do futebol) . (DaMatta, 1982; Helal, 1997).

Em discussão sobre a compra de um outro jogador, o Vampeta, um dos participantes chegou a afirmar: *“Não passa de um profissional. Não encarnará o legítimo espírito rubro-negro e o manto vai pesar nele”.*

Tais discussões ocorreram e ocorrem também entre os torcedores *off line*. E, no episódio da possível contratação do jogador Júnior Baiano, a pressão de algumas torcidas organizadas *off line* (responsáveis por terem estendido, no estádio, faixas contrárias à contratação do jogador) acabou por influenciar a diretoria do clube a desistir da compra

1 Trabalho apresentado no NP18 – Núcleo de Pesquisa Mídia Esportiva, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



do citado jogador. Entretanto, é importante observar-se que embora as polêmicas entre os grupos de torcedores da lista “flamengo.placar” e os torcedores *off line* se aproximem em relação à temática, sua forma de atuação, a origem de seus participantes e sua forma de encontro e manutenção da coesão em muito se diferem.

As torcidas organizadas *off line* consolidam sua coesão, principalmente, através dos encontros nos estádios, nos hinos e na celebração partilhada espacialmente. Embora existam filiais de algumas delas (como é o caso da *Torcida Jovem do Flamengo de Natal*), as torcidas são, quase sempre, concentradas geograficamente por região, cidade e, até mesmo, bairro (como, por exemplo, a *Jacarépaflá*).

Diferentemente, a lista “flamengo.placar” traz torcedores de pontos diversos do país (São Paulo, Rio de Janeiro, Salvador, entre outros) que se encontram para celebrar vitórias e lamentar derrotas, exclusivamente através das mensagens enviadas à lista. Em vários momentos, percebe-se nas mensagens o desejo de compartilhar as emoções com os outros participantes. Após a conquista do campeonato carioca de 2001, por exemplo, vários membros da lista escreveram mensagens de celebração, tais como: “*O Flamengo nos orgulhou ontem, jogou com raça e amor a camisa (sic). Somos tri*”; ou ainda “*Com certeza o time fez valer a nossa tradição. Minha imagem é a imagem da alegria de ser rubro negro*”.

Além da celebração, também se compartilham a revolta e a tristeza. As decisões da diretoria do Flamengo vêm sendo a temática de diversas polêmicas. As crises pelas quais o clube passou no ano de 2001 (dificuldades econômicas, derrotas consecutivas e possibilidade de rebaixamento) foram, em diversas mensagens, consideradas responsáveis de uma má administração por parte de uma diretoria que seria, portanto, incompetente e corrupta. Foram recorrentes declarações como: “*Essa diretoria inescrupulosa, assim como as demais que antecederam, há muito vem dilapidando o patrimônio do mengão, afundando o mais querido em dívidas e mais dívidas*” ou ainda “*Agora nós temos que aturar essa campanha ridícula do Mengão por*



culpa da burrice (ou esperteza \$\$\$) do presidente. Fora Edmundo!” (leia-se Edmundo Santos Silva, presidente do Flamengo durante o período em questão).

A necessidade da substituição de alguns jogadores, da contratação de outros, o protesto contra a diretoria foram temáticas de várias mensagens e inspiradoras de diversos protestos. A troca de mensagens a este respeito foi intensa e, em muitos momentos, traziam uma aparência de reivindicação e indignação. Entretanto, o que parece é que o sentimento aglutinador desse grupo é, muito mais, o simples compartilhamento de emoções do que propriamente um resultado eficaz na realidade *off line*.

Por vários momentos, percebe-se a intenção de alguns elementos dos grupos (em geral, os de participação mais assídua) de transcender suas reivindicações e indignação para além de tal lista. Em certo momento, por exemplo, um dos participantes, após um desabafo indignado em relação à venda de alguns jogadores, perguntou: “*Colegas, pergunto a vocês: estes e-mails que passamos alguém da gávea compartilha?*”. Essa pergunta, entretanto foi ignorada pelos demais participantes e ele nunca obtivera nenhuma resposta.

Porém, outros membros do grupo fizeram tentativas de fornecer às decisões e opiniões do próprio alguma representatividade em relação às decisões referentes ao clube e ao time. Como em um dos momentos em que o clube estava decidindo que jogador vender para solucionar seus problemas de caixa e um dos participantes da lista “flamengo.placar” enviou a seguinte mensagem:

“Amigos, vão até essa página e respondam a pesquisa que pergunta quem deve ser vendido no Flamengo, pois o resultado será enviado à Presidência do Flamengo caso o número de votos seja significativa. Vale lembrar que o Fla quer vender o Pet, mas não temos substituto à altura, devemos torcer pela venda de Edílson, pois temos muitos atacantes. Convidem seus amigos, torcedores do Fla, e votem também!”.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

As questões relativas à busca representatividade do grupo, entretanto, não se referem apenas aos problemas relacionados à diretoria e ao time. Um dos membros do grupos lançou o seguinte apelo aos demais participantes:

“Flamenguistas de todo o Mundo, vamos lutar contra a hipocrisia e o comércio monopolizado das transmissões dos jogos de futebol, sou Flamengo ROXO, e moro em SP por motivos financeiros, aqui, como no PR, RS, MG, nós flamenguistas não temos oportunidades de assistir aos jogos do nosso querido time, nem por TV a CABO ou assinatura, isto porque a líder do mercado comprou todos os jogos dele, no campeonato carioca os jogos do Flamengo foram 80% aos sábados e transmitidos somente para o Rio de Janeiro, isto é um absurdo, nem tendo condições financeiras para adquirir uma TV por assinatura você não consegue assistir porque a líder não permite nem que suas coligadas transmitam esses jogos, isto acontecerá durante o Brasileiro, Copa dos Campeões, Mercosul e outros, por favor, vamos nos juntar e desafiar esse mercenarismo, e monopólio injusto que só tende a prejudicar nosso time, sem estas transmissões, perderemos torcedores, lucros, e nosso time só entrará em decadência. Diga não a este monopolismo, vamos lutar contra isto...Divulgue isto e vamos lutar contra eles...Abraços do Tetra-tri... E lembrem-se somos 33 milhões de flamenguistas, em nenhum lugar do mundo existe isso”.

Todavia, tal mensagem não obteve a reação esperada pelo participante que a enviou. Após semanas sem ao menos uma resposta correlata ao tema do monopólio das transmissões, o mesmo participante que enviou a primeira mensagem, tornou a expor seu problema. A partir dessa segunda tentativa, entretanto, diversas respostas foram redigidas. Porém, no lugar de compartilhamento da revolta e do intuito de se dizer um basta ao monopólio das transmissões dos jogos do flamengo, as mensagens enviadas traziam, na sua quase totalidade, mensagens de solidariedade e que didaticamente explicavam estratégias e truques para que o participante que havia manifestado sua revolta pudesse assim ter acesso aos jogos de seu time.

1 Trabalho apresentado no NP18 – Núcleo de Pesquisa Mídia Esportiva, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

A questão da não-transmissão dos jogos do Flamengo ocasionou também em uma mensagem de um torcedor que, não podendo assistir aos jogos pela TV, acompanhou a partida pela Internet e descreveu a experiência da seguinte forma:

“A emoção é geral...e incontrolável...Apesar de ter sido impedido de assistir a partida (pois moro no Paraná e a TV local passou o cansativo Atlético-PR e Paraná), praticamente “li” o jogo pela Internet, acompanhando em tempo real pelo site da globo e do Lance!(...)Eu não acreditei, já estava quase chorando de decepção quando aos 43 minutos do 2º tempo, apareceu na tela do meu computador: VASCO 1 X 3 FLAMENGO(...)JOGO ENCERRADO – FLAMENGO TRI-CAMPEÃO Não sabia o que fazer, se chorava, se gritava, se ria

P. H. V. (O maior urubu do Paraná)”

Tal demonstração de entusiasmo em relação ao time e mediada pela Internet fez surgirem diversas mensagens de outros membros da lista que se solidarizaram com P.H.V. pela tensão de sua experiência: *“Confesso que quando li seu e-mail me arrepiei, me coloquei no seu lugar, acompanhando ao jogo pela Internet...Que emoção não hora que apareceu o resultado, hein?”*.

Porém, além das mensagens de solidariedade e compartilhamento acerca do interesse pelo flamengo, a lista “flamengo.placar” vem desenvolvendo “normas de comportamento” próprias. É importante salientar que tais normas estão sendo estabelecidas pelo próprio grupo, no decorrer das polêmicas e das mensagens. Apesar de, ao se inscreverem na lista “flamengo.placar”, os participantes estarem aceitando algumas normas de comportamento previstos em uma espécie de estatuto, estas jamais foram lembrados em nenhuma mensagem enviada pelos membros de tal grupo. Por outro lado, em momentos de crise, reivindicaram-se certas “leis” de etiqueta que estão sendo construídas pelo grupo. Em uma das polêmicas relativas a uma pesquisa sobre venda de jogadores, um dos participantes (T.) da lista sugeriu que, na pesquisa que seria enviada à Presidência do Flamengo, se votasse no jogador Edílson para ser vendido. No mesmo dia, um outro participante da lista reagiu, recomendando que o primeiro não

1 Trabalho apresentado no NP18 – Núcleo de Pesquisa Mídia Esportiva, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

induzisse o voto de ninguém e salientando que “...ficaria menos feio se você pedisse a opinião do torcedor e não o induzice (sic) a votar em quem você quer que saia do Flamengo.”

Nesse momento, questões relativas à liberdade de expressão, censura e indução de opiniões, caras também às comunidades *off line*, emergem como um problema a ser debatido. T., após ser censurado, reagiu: “...cada um tem sua opinião, não estou induzindo ninguém porque acredito que na lista não tenha ninguém com menos de 10 anos que não tenham opinião própria”. A partir dessa polêmica, pode-se relativizar a perspectiva segundo a qual as comunidades virtuais seriam o espaço da total liberdade de expressão. Em alguns casos há o que se poderia chamar de uma auto-regulação interna.

Outro exemplo desta auto-regulamentação interna, muito mais creditada aos próprios participantes do que a um moderador, é o desenrolar do fato de que desde o início da existência da “flamengo.placar”, um de seus membros enviava automaticamente uma resposta programada com a seguinte mensagem: “Muitíssimo obrigado por ter me enviado a sua mensagem. Em breve, de alguma forma, estarei respondendo esta sua comunicação.”

Porém, a recorrência dessa mensagem e a ausência de qualquer outra mensagem vinda do mesmo membro acabou por incomodar os outros participantes que, depois de algumas semanas reagiram com mensagens que alertavam e reclamavam da mensagem programada, como, por exemplo, a que se segue: “Meu caro, vc está cadastrado num grupo de discussão e sua auto-resposta está nos incomodando. Peço gentilmente, que a desabilite para as mensagens do Grupo flamengo.placar.”

Conclusão



A breve observação da lista de discussão “flamengo.placar” feita nesse artigo nos leva a algumas conclusões que, embora não tenham como pretensão esgotar a temática, sugerem uma forma de sociabilidade muito específica, com interesse e formas de relação muito próprias. A partir do ambiente comunicacional do computador em rede, temos uma forma própria de organização de uma torcida específica.

Embora se reúna e se conheça a partir de um meio de comunicação analisado constantemente como um meio globalizante e achatador de peculiaridades não-globais, esse grupo é altamente específico e localizados em suas preocupações e temáticas.

Por um lado, esses torcedores *on line* se aproximam dos grupos de torcedores *IRL* em vários aspectos como o conteúdo de algumas mensagens e de suas polêmicas. Têm no time do flamengo um aglutinador de interesses e sentimentos.

Por outro lado, é importante que se tenha cuidado na observação de suas comunicações e no desenrolar das relações entre os membros do grupo para que se possa perceber as particularidades advindas da própria tecnologia que possibilita a existência deste. Um meio de grande amigabilidade que possibilita uma concreta apropriação tecnológica por leigos e proporciona, assim, a existência de grupos como a “flamengo.placar.”

A observação desta lista levou a se sugerir que é uma lista na qual os membros não possuíam contatos preexistentes a ela e que têm sua coesão intimamente ligada ao interesse pelo clube, manifestado e reafirmado através das mensagens enviadas. O que nos leva a pensar que a ausência da tecnologia do e-mail e das listas de discussão inviabilizaria, ou ao menos, reconfiguraria tal grupo.

As formas de acompanhamento e celebração de jogos é feita a partir da apropriação tecnológica do meio de comunicação do computador em rede. Os gritos de comemoração e os hinos de celebração se recolocam como saudações escritas em CAIXA ALTA e seguidas de ponto de exclamação. As pedradas lançadas na sede do clube após derrotas humilhantes se reconfiguram em desabafos desesperados e em enquetes que terão seus resultados enviados aos dirigentes do clube.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

Assim, deve-se ter em mente, ao se lançar o olhar sobre uma “comunidade virtual”, a necessidade não de percebê-la como um fenômeno de ruptura total com a realidade preexistente e de criação de formas de relação absolutamente nova. O que se deve buscar é um olhar detalhado e cuidadoso, que não perca de vista as continuidades e rupturas de tal grupo. Deve-se procurar perceber até que ponto suas formas de sociabilidade e relação são rearticuladas a partir da tecnologia de que disponibilizam; que tipos de relação entre mídia e futebol emergem através de uma reapropriação do meio com a potencial reconfiguração da posição do torcedor (que, nesse meio, poderia transitar nos papéis de usuário, espectador e emissor).

Bibliografia

ANDERSON, Benedict – *Nação e consciência nacional*. São Paulo, Ática, 1989

BURKE, Peter – *A Cultura Popular na Idade Média*. São Paulo, Cia, das Letras, 1989

1 Trabalho apresentado no NP18 – Núcleo de Pesquisa Mídia Esportiva, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

CAMARGO, Vera Regina Toledo – *Elementos para uma concepção da cultura de massa*. In: COSTA, Márcia Regina da ... (et al.) (org) . *Futebol – Espetáculo do Século*. São Paulo, Musa Editora, 1999

CANCLINI, Nestor – *Consumidores e cidadãos . Conflitos multiculturais da globalização*. Rio de Janeiro, Ed. UFRJ, 1995

CASTRO, Ruy – *O Vermelho e o Negro*. São Paulo, DBA, 2001

DURKHEIM. E. – *Durkheim*. Org. da coletânea José Albertino Rodrigues. São Paulo, Ática, 1978.

HELAL, Ronaldo .*Passes e Impasses – Futebol e Cultura de massa no Brasil*. Petrópolis, Vozes, 1997

JOHNSON, Steven. *Cultura da Interface*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2001

LÉVY, Pierre – *Cibercultura*. São Paulo, Ed. 34, 1999

ORTIZ, Renato- *Mundialização e Cultura*. SP, Brasiliense, 1994.

RHEINGOLD, H. –*Virtual Communities: Homesteading on the eletronic frontier*. Reading, MA. Addison-Wesley, 1993.

TOLEDO, Luiz Henrique de. *No país do futebol*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2000

SÁ, Simone Pereira de – *O Samba em Rede: observações sobre comunidades virtuais e carnaval carioca*. Trabalho apresentado ao GT de Com. e Sociabilidade. XIX Compos, PUC/RS.2000(a)

_____ - *Netnografias. Aproximações microscópicas da sociedade em rede*. Paper apresentado na mesa-redonda: Redes de comunicação na cultura e na sociedade. Seminário Interprogramas de Pós-graduação. PUC –SP. 2000 (b)

SIMMEL, Georg .*A metrópole e a vida mental*. In: VELHO, Otávio Guilherme (org.) – *O fenômeno urbano*. Rio de Janeiro, Zahar Ed. 1979

1 Trabalho apresentado no NP18 – Núcleo de Pesquisa Mídia Esportiva, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

TONNIES, F. *Community and society*. East Lansing, MI: Michigan State Univ.Press.
1957 (pub original de 1887)

VIRILIO, Paul. *A Cidade Superexposta*. In: O Espaço Crítico. RJ, Ed.34, 1993

WATSON, Nessim. *Why We Argue About Virtual Community: A Case Study of the Phish.Net Fan Community*. In: JONES, Steven G. (org. introd. e coment.). *Virtual Culture*. London: Sage Publications, 1997