

O torcer como dom e propriedade inalienável: sociedade, cultura e comunidade

The act of supporting as a gift and inalienable property:
society, culture, and community

Luiz Henrique de Toledo

Universidade Federal de São Carlos, São Carlos/SP, Brasil
Doutor em Antropologia Social, USP
lhtoledo@ufscar.br

Pietro Gesuatto Loredo

Universidade Federal de São Carlos, São Carlos/SP, Brasil
Graduando em Ciências Sociais, UFSCar

RESUMO: As transformações nas formas associativistas e nos fluxogramas institucionais em torno do futebol profissional e de espetáculo, premido pela expansão e capilaridade empresariais no reordenamento dos capitais tangíveis e intangíveis esportivos, têm mobilizado a atenção dos estudos acadêmicos e remexido alguns conceitos ditos clássicos e paradigmáticos presentes nas Ciências Sociais. Tentando acompanhar essas mudanças que incidem sobre clubes de futebol, cujos impactos podem ser observados na subjetividade das formas do torcer e numa economia das emoções, o artigo demanda por uma dupla entrada, bibliográfica e etnográfica, para ampliar o diálogo travado com outras áreas que acessam tais saberes, sobretudo sociológicos e antropológicos, em seus arcabouços analíticos. O foco incide sobre aquilo que a bibliografia denomina de produção do clube.

PALAVRAS-CHAVE: Antropologia das práticas esportivas; Futebol de espetáculo; Financeirização; Clubes de futebol; Subjetividade torcedora.

ABSTRACT: The transformations in associative forms and institutional flowcharts surrounding professional and spectator soccer, driven by corporate expansion and capillarity in the reorganization of tangible and intangible sports capital, have attracted the attention of academic studies and shaken up some so-called classic and paradigmatic concepts in the social sciences. In an attempt to keep up with these changes affecting football clubs, whose impacts can be observed in the subjectivity of forms of fandom and in an economy of emotions, the article calls for a dual approach, bibliographic and ethnographic, to broaden the dialogue with other areas that access such knowledge, especially sociological and anthropological, in their analytical frameworks. The focus is on what the bibliography refers to as club production.

KEYWORDS: Anthropology of sports practices; Spectacle football; Financialization; Football clubs; Fan subjectivity.

APRESENTAÇÃO

Os argumentos presentes nesse artigo foram inicialmente motivados pela interlocução acadêmica travada por Toledo com os trabalhos de Simões,¹ que analisam os impactos das transformações no futebol profissional mundial focados em clubes de futebol. O autor parte do fato de que algumas dessas associações esportivas civis sem fins lucrativos tem migrado para outras modalidades de gestão esportiva.² Somam-se a esse diálogo a pesquisa etnográfica, prática política e jornalística de Pietro Loredo, coautor que acompanha de perto e de dentro³ o caso de formação do clube-empresa Red Bull Bragantino, sediado na cidade de Bragança Paulista-SP, objeto do estudo nesse artigo.

Visando recompor parte da paisagem esportiva ditada pelas exigências econômicas e políticas do mundo concorrencial, baseada em modelos empresariais e espetacularização consumerista, as análises de Simões colocam em debate os processos de (re)mercantilização do futebol, acolhendo temas centrais que versam sobre aquilo que no último trabalho do referido conjunto citado o autor denomina de “produção do clube”.

¹ SIMÕES. *O Clube no século XXI e o fator “supporter”*; SIMÕES. *Clientes versus Rebeldes: novas culturas torcedoras nas arenas do futebol moderno*; SIMÕES. O negócio, a política e o público no futebol midiatizado: estudos sobre “empresas” e “associações” dos clubes do séc. XXI; SIMÕES. *Clube empresa: abordagens críticas globais às sociedades anônimas no futebol*.

² O convite do professor Rolando Helal a Toledo possibilitou acompanhar as etapas da pesquisa de Irlan Simões sobre clubes-empresa, do debate sobre o texto de qualificação (2020) à defesa da tese de doutorado, ocorrida em 2022, ambas referendadas pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade de Comunicação da UERJ. A tese ganhou versão em livro em 2023 e dele reproduzimos *ipsis litteris* o texto da orelha, escrito por Toledo: “Irlan percorre obstinadamente uma hipótese, a de que o diferencial financeiro das formas de empresariamento, que suportam o futebol contemporâneo de espetáculo se dissolvem em espaços curtos de tempo, acarretando os mesmos problemas apresentados pelas tradicionais associações voluntárias clubísticas sem fins lucrativos. A pergunta insistente é se esse debacle dos modelos de gerenciamento empresarial dos clubes não seria o coração que pulsa de um capitalismo maliciosamente provisório? “Fracassar” ininterruptamente não diz respeito à própria dinâmica e “evolução” desse tipo de capitalismo excludente? O processo teleológico que Irlan sugere como sendo necessariamente conflitual desvela modelos que se autofagocitam o tempo todo. Cada tentativa fracassada torna-se aprendizado para a seguinte, frustrando as expectativas e emoções por um futebol mais democrático. Quando até a FIFA reconhece que o futebol não pode ser gerenciado apenas pela régua do tecnicismo jurídico e mercadológico, apanágio das ditas SAFs, é porque desconfia que seu “produto” seja mais do que um bem tangível. Mas se a perspectiva dos torcedores é um bem inalienável e intangível, os perigos que acossam esse futebol podem torná-lo um bem inatingível, sobretudo àqueles que dele se alimentam sorvendo paixões e utopias clubísticas mais solidárias” (Simões 2023). Advertimos que as páginas de algumas referências que constam de Simões (2023) foram mantidas da versão original da tese (Simões 2022).

³ MAGNANI. De perto e de dentro: notas para uma etnografia urbana, 2002.

Não se trata de um título retórico, uma vez que *produção* aqui suporta mais do que os desígnios de uma metáfora. Diríamos que carrega alguma ironia, porque embora suponha a existência de insumos e processos de transformação, cadeias segmentadas orientadas para um fim, onde o produto, os clubes de futebol, alcançam uma plêiade de consumidores, faz surgir também um aspecto paradoxal. Seriam os torcedores produtores ou consumidores, insumos ou produtos finais, protagonistas ou coadjuvantes, vítimas ou vicários agentes posicionados mais ao largo dessas transformações retidas tão somente pelas paixões subjetivas fugidias?

Estas serão, sempre, questões em aberto porque política e epistemologicamente em disputa, sobretudo para quem intenta expor a natureza mais do que multifacetada das formas de torcer. É notório constatar que todas essas indagações se façam presentes no emaranhado da produção do clube sem que tal fato desautorize a tomada de posicionamentos políticos da parte de quem procura afirmar pontos de vista distintos no esforço analítico de reconstituir esse multiverso de práticas.

ANTROPOLOGIA DAS PRÁTICAS ESPORTIVAS

Do ponto de vista antropológico, ressalta-se o posicionamento crítico do autor diante dos usos abusivos da expressão “cultura do torcedor”,⁴ apontando para a condição deletéria e consumerista que a ela se agregou num futebol de massa cada vez mais premido pela elitização do espetáculo, culminando nas celebradas arenas multiuso e, segundo nosso juízo, enquadramentos ao *padrão FIFA*. Por *padrão FIFA* pode se compreender um modelo de organograma executivo de gestão política na concepção e montagem do futebol numa escala agora denominada de megaevento.

A começar pelo gerenciamento das edições da Copa do Mundo, que ocorrem de quatro em quatro anos, *padrão FIFA* segue agregando à dimensão do espetáculo propriamente dito modelos de governança, experiências amparadas em assepsia tecnológica e reenquadramentos jurídicos. Num terreno mais político descortinam-se redes de agentes: empresários, agentes públicos, governos em várias esferas, agentes facilitadores de toda ordem, imprensa, dirigentes esportivos, jogadores e

⁴ SIMÕES. *Clientes versus Rebeldes*, 2017, p. 27.

ex-jogadores, a formarem uma associação complexa de uma cadeia heteróclita de interesses e expertises discursivas que se multiplicam.

Padrão FIFA metaforizou também uma espécie de padrão ouro moralizante de aferição da qualidade das administrações públicas, e não somente elas, à medida em que a própria conduta e “cultura torcedora” também foi inquirida sob tal rubrica. E apropriado pela fala comum (mídia inclusa) volta-se, inclusive, contra a própria FIFA, sobretudo na forma de protestos populares em todas as ocasiões que esse ambiente de montagem espetacular e dispendiosa mobiliza os chamados países-sede. A Copa realizada no Brasil em 2014, encandescida pelos protestos denominados jornadas de junho desde 2013,⁵ é exemplo desses desdobramentos semânticos da expressão apropriada por outros agentes que estiveram alijados e, portanto, “fora” dos *Padrões FIFA*.⁶

Assumindo a função de predicado, seus usos também modularam as ações políticas torcedoras, oferecendo outros elementos na composição das experiências do torcer e recepção daquele futebol supostamente padronizado. Nesse sentido, torcer à lá FIFA tornou-se em si mesmo um aspecto remetaforizado do *padrão FIFA*. Pode-se asseverar que torcer à lá FIFA consiste numa forma de torcer que tenta generalizar o modo como se tem consumido parte significativa do futebol de espetáculo na atualidade.⁷

Processo que vinha se intensificando desde os anos 1990,⁸ a almejada “nova cultura torcedora”, capitaneada por esses “novos” dono do poder esportivo

⁵ MARICATO. A Copa do mundo no Brasil: tsunami de capitais aprofunda a desigualdade urbana, 2014.

⁶ BORGES. O papel da FIFA Fan Fest na Copa do mundo da África do Sul, 2013.

⁷ Para uma visão contrastiva mais contemporânea em relação aos efeitos e malfeitos do Padrão FIFA recomendamos o vídeo “Caminhada para La Bombonera. Jogos e antijogos percebidos através dos pés, de Gabriel Bocchi, disponível em: <https://abrir.link/PFcLg>, bem como o artigo “Reconhecimento facial nos estádios, tecnologia de segurança ou mecanismo de vigilância? Notas etnográficas sobre a importância da perspectiva torcedora para o debate” (SOUSA; SOUZA JUNIOR, 2025).

⁸ Em síntese, excetuando o caso dos clubes ingleses, Simões aponta que “as propostas de transformação dos clubes em empresas – percebidas como solução aos graves problemas financeiros dos clubes – vinham imbuídas de mecanismos de proteção à especulação, como a restrição ao lucro. Essa perspectiva vai se esvair aos poucos, com a definitiva permissão ao lucro apenas em meados da década de 1990, quando será suplantada por outras quebras de paradigmas que vão autorizar a aquisição de clubes por grupos econômicos estrangeiros. Essas duas mudanças também serão incapazes de garantir sustentabilidade financeira da atividade econômica do futebol, como será percebido diante da aquisição desses clubes por grupos com finalidades políticas evidentes. Em um processo mais recente, o que se observará é a formação

aglomerados em torno do *padrão FIFA*, encontrará anteparos críticos naquilo que autores como Simões repocionará conceitualmente ao redefinir o *status* analítico do fenômeno de emergência dos clubes como associações voluntárias de torcedores. A partir de alguns autores, Simões⁹ retoma o modelo associativista¹⁰ como experiência voltada pelo e para a prática política do “comum”.¹¹ E com o compromisso de salvaguardar aquela referida expressão (“cultura do torcedor”) dos ataques especulativos, sequestrada que fora em seus usos instrumentais pela atmosfera do *padrão FIFA*, sua crítica buscou pluralizar os desígnios de um clube tanto em relação aos espaços sociológicos do comum (e do popular) no interior do futebol de espetáculo, quanto, em sua vertente antropológica, valorizar os domínios da diversidade na forma de “culturas torcedoras”.¹²

É esse ponto de vista que será importante reter na segunda parte do artigo no estudo de caso aqui relatado, que traz elementos díspares, dissonantes e controversos no entendimento da fusão de um clube tradicional de uma cidade interiorana, o Bragantino, com a empresa austríaca Red Bull, exemplo daquilo que alguns autores definem por *multi-club ownership*, organizações transnacionais dedicadas ao controle (acionário ou proprietário) de clubes de futebol em vários países.¹³

Decisões políticas centralizadoras e unilaterais tomadas no interior das quase herméticas organizações clubísticas, respaldadas pela sua natureza jurídica estatutária como “sociedades” de sócios, desde sempre tensionou as formas de torcer mais ampliadas naquilo que o autor passa a definir por seu caráter “comunitário”. Práticas estas que se acomodam às lógicas simbólicas que permeiam as ditas culturas torcedoras. Nessa direção, a resiliência das categorias “comunidade”, “sociedade” e

cada vez mais comum de grandes conglomerados empresariais internacionais, que adquirem diversos clubes em países diferentes, com estratégias distintas” (SIMÕES, 2022, p. 106).

⁹ SIMÕES. *Clientes versus Rebeldes*.

¹⁰ SZYMANSKI. Economistas e a História do Esporte (2013); PESSOA. O associativismo civil e a emergência histórica do esporte moderno: um diálogo com Stefan Szymanski, 2024.

¹¹ SIMÕES. *Clientes versus Rebeldes*, p. 268.

¹² SIMÕES. O negócio, a política e o público no futebol midiatizado, p. 9 (2020); SIMÕES. *O Clube no século XXI e o fator “supporter”*, 2022, p. 59.

¹³ PISANI. “Multi-club ownership”: um novo estágio da globalização dentro do futebol, 2020, p. 333; Conforme Teixeira Pinto “O grupo Red Bull, da companhia austríaca de mesmo nome, é oriunda no ramo de bebidas, porém se especializou no mundo dos esportes adquirindo equipes de automobilismo e clubes de futebol. Fazem parte do grupo RB Leipzig (Alemanha), FC Red Bull Salzburg (Áustria), Red Bull Bragantino (Brasil), New York Red Bulls (Estados Unidos), além de outros (2022, p. 72).

“cultura”, recobertas por uma tradição socioantropológica de longa duração nas Ciências Sociais, erigidas a conceitos teóricos e fundamentos metodológicos, permitem que estabeleçamos algumas pontes e diálogos com os trabalhos aqui em tela.

Portanto, a perspectiva antropológica respaldará nossos melhores argumentos no sentido de multiplicar ainda mais as qualidades das pesquisas de Simões, que se somam aos estudos críticos sobre associativismos clubísticos. Associativismos que formam a ossatura político-jurídica de grande parte do futebol profissional enunciado nos modelos de patrimonialização, gestão e circulação do capital tangível, mas também intangível, desde que relacionado às dinâmicas de fruição torcedora mais ampla, tidas como arrimo de valores que conformam estilos de vida, a prática do *comum* e as culturas torcedoras em sua plena diversidade.

Há em curso, mais atualmente, o fomento de uma sensibilidade pragmática que elege metáforas orgânicas e subjetivantes para lidar com os desdobramentos dessas transformações. Umas dessas potentes analogias, que aparece amiúde e que inquieta o campo torcedor, é a de que seus clubes precisam, de algum modo, restaurar a “saúde financeira”. Expressão que emula as várias intercorrências ideológicas, materiais, valorativas e devotadas a cobrir com maior ou menor aporte e fluxo de interesses uma ritualística consumptiva.

Essa “saúde financeira” pretende atingir o âmago de uma renovada subjetividade torcedora pseudo universalista medida e mediada por um torcedor genérico calculista, um *homo economicus* incorporado ao jargão no gerenciamento das emoções. Torcer para o time do coração passa a levar em conta um tomar ciência e ajuizar as discussões a respeito do equilíbrio ou desequilíbrio das contas e balancetes tornados públicos pelos clubes e cobrados pela mídia. Efeitos economicistas de um discurso que se coloca como verdade ou “mão invisível” para reter a maioria esmagadora de torcedores politicamente alijados dos processos decisórios internos das políticas clubísticas. Outra ideia decorrente é que torcedores se politizariam pela simples proximidade e manuseio de jargões econômicos, fazendo da ação política prática subsidiária.

Celebra-se um bem estar geral quando o clube anuncia nas mídias ter equacionado dívidas de curto prazo. Jacta-se em nome do mecenato deste ou daquele empresário abnegado. E um conjunto de informações dessa ordem induz às sensações

de que não apenas bons ou maus resultados importam para se aferir os humores torcedores. Este é o mesmo universo contextual inventado como sendo um fundo inato da ordem capitalista contemporânea em que o mercado de capitais adquire agência e subjetivação, levando em alta conta seus “humores”, “satisfações” e “insatisfações”, “felicidades” e “desagrados” como se colocasse ou falasse em nome do comum, quando, em verdade, se tratam de metaforizações através das quais os regimes da convenção mascaram suas próprias formas adquiridas de controle simbólico.

COMUNIDADE E SOCIEDADE

O debate encetado pelos trabalhos de Simões recoloca uma questão sociológica clássica e que vertebraliza a problemática das interações sociais assentadas nas relações entre duas formações estruturantes, mas sobretudo morais, da convenção humana na formação da cultura - comunidade e sociedade. Levando em conta que a vida tal como a entendemos só pode ser realizada em coletividades.¹⁴

Mas comunidade, tomada como uma realidade histórica e empírica, deita uma tradição pelo menos desde o final do século XIX nos escritos de um sociólogo chamado Ferdinand Tönnies, que trouxe à lume o par conceitual Comunidade e Sociedade. Isso em 1887, ou seja, na segunda metade do século XIX em que porções da Europa já estavam experimentando a efervescência coletiva esportiva. A noção sociológica de comunidade e a prática do futebol, mais do que temporalmente próximas, são verdadeiramente coetâneas ou cúmplices dessa modernidade ocidental que, embora racionalizada, individualizadora, seletiva e estratificadora, jamais abandonou uma “vida feita de coletividades”.

Foi por intermédio de um fenômeno aparentemente tão distante da Europa denominado de totemismo, que Durkheim, àquele que passou a ser reconhecido como precursor da sociologia acadêmica, deduziu a potente universalidade da natureza social e coletiva dos ajuntamentos humanos. Foi Durkheim quem antecipou a tese de que ajuntamentos humanos (que recebem denominações ora de sociedade,

¹⁴ Tenazmente é com a frase “A vida é feita de coletividades que marcam a nossa trajetória e moldam o nosso caráter” que o autor inicia os agradecimentos incluídos na feitura da tese de doutorado (SIMÕES, 2022), mas suprimidos do livro.

ora de comunidade, ora de cultura) se auto representavam e ritualizavam suas experiências a partir do uso categorial de epônimos animais, dando um colorido bem menos instrumental, portanto estético e moral, à ideia de sobrevivência dos agrupamentos humanos. É como dizer que jamais fomos somente homens calculistas devotados à sobrevivência imediata. Verificar como coletividades se organizam em segmentos, divisões etárias e sexuais, clãs e fratrias no contexto das sociedades indígenas mundo afora permitiu ao referido autor consolidar toda reflexão a respeito da natureza das nossas próprias formas de nos associarmos no contexto das sociedades ditas civilizadas em frações, classes, estratificações, partidos políticos, ou em torno de causas ideológicas, humanitárias, prazenteiras, tais como as associações esportivas. Os clubes são, antes mesmo de assumirem qualquer contratualismo associativista voluntário ou consciente, uma exigência da ordem dos fatos sociais ou condição de possibilidade de nos viabilizarmos como indivíduos de uma espécie que se inventa em sua singularidade coletivizante.

Se o modo de vida na Inglaterra nos legou o fenômeno dos clubes de futebol, que se espalharam rapidamente pelo mundo, atrasaria o debate sobre a epistemologia de uma ciência devotada aos estudos dos fenômenos sociais como a sociologia. Se a França ofereceu as bases de uma sociologia teórica centrada na noção de sociedade e seus desdobramentos futuros, dos quais categorias com social, comum, comunidade, cultura ganhariam força conceitual, reteria um pouco mais o nascimento de práticas gregárias como o futebol.¹⁵ Dos ingleses decorreu um empirismo que pode estar associado a uma prática evidenciada no corpo e no desempenho, seja daquele trabalhador expropriado pelo capitalismo ali nascente, ou dos passatempos esportivos que contrastavam com um certo espírito intelectualista francês.

Mas foi a sociologia de Max Weber que recompôs o dualismo comunidade e sociedade em termos fenomenológicos a partir das ações que orientam projetos

¹⁵ Notar a perspicácia do argumento: “Mas quando falamos de Alemanha e França, uma característica em comum se apresenta: a resistência e rejeição aos padrões de vida ingleses, considerados degenerados, muito em virtude das longas rivalidades de ambos os países com a Inglaterra. Dado que explica o certo atraso na difusão do futebol em comparação à América do Sul e aos países vizinhos, mesmo que a proximidade geográfica pudesse, de alguma forma, ter contado a favor. Ainda que França e Alemanha já contassem com longa tradição esportiva, cada qual à sua maneira, o futebol em si só terá sua primeira competição em 1894 e 1900 (SIMÕES, 2023, p. 71).

individuais e coletivos. Valores comunitários e societários interagem de maneira dinâmica, misturam-se aos interesses e valores mais subjetivos e que podem acionar ações e tomadas de posição política conjunturais. De um lado, sentimentos, subjetividades, afetividades e reciprocidade, de outro, os jogos de compensações de interesses tangíveis e pragmáticos, racionalização entre fins e valores.

TORCEDOR, UM SUJEITO INCOMUM NO MAR DAS CONVENÇÕES SIMBÓLICAS

Foi esboçado acima que o conceito de comunidade tem sua história remontada numa longa tradição sociológica, mas que foi reappropriado por diversos autores que o atualizaram a partir de uma posição ética em torno da noção de *comum*, problemática geral que descreve no âmbito esportivo a passagem da produção do clube como sociedade formada por círculos restritos de sócios (e nesse aspecto pouco importa se dentro do regime do associativismo sem fins lucrativos, privado ou de capital aberto) para o domínio bem mais ampliado do torcer, fomentando inúmeras tradições e culturas torcedoras.

Como um punhado de torcedores podem erigir uma cultura torcedora é fruto de decisões e interesses políticos, mas sobretudo determinado pela dialética simbólica entre convenção e invenção, fatores que instauram qualquer regime cultural. Como um ator paradoxal no mar de convencionalismos esportivos, torcedores agem de maneira inventiva, relativizam regras, testam, estendem e expandem territórios não convencionais à prática da fruição imediata.

Eis aqui os usos analíticos da noção de *comum* menos como truismo sociológico, ou seja, como problemática sociohistórica para além de um conceito auto explicativo. *Comum* também pode ser tomado por invenção cultural fruto de disputas por novas convenções. O exemplo que Simões oferece a respeito dos percalços que passou o clube espanhol do Valencia depois de se transformar em clube-empresa é revelador dessa apreensão popular e resignificação do termo *comum*, facilmente generalizado em suas premissas mais básicas: “Eles podem ser donos das ações, mas o Valencia não é de ninguém, é da torcida, é de todos”.¹⁶

¹⁶ SIMÕES. O Clube no século XXI e o fator “*supporter*”: estudos sobre poder, negócio e comunidade no futebol-espetáculo. p.250 (2022); “Em 2014 o Valencia, um dos mais tradicionais clubes do país,

Portanto, há uma dialética da irredutibilidade simbólica com que a noção de comum pode ser assumida como princípio de não equivalência dos valores universais que tomam torcedores por consumidores, tão ao gosto da ordem da mercadoria e da ordem neoliberal, que também produz seus domínios do comum, porque, antes de tudo, se tornam convencionais. Com isso, comum não é apenas uma remetaforização conceitual para o termo “comunidade”, mas espaço de apreensão dialética em que ações se colocam diante de invenções e relativização das convenções em permanente disputa. A lógica torcedora joga tanto no campo do domínio da convenção quanto no domínio da invenção diferenciante.

se o futebol se transformou ao ponto de conceber o processo de clientelização como um destino necessário e inevitável para essa atividade, são essas formas questionadoras dos torceres [culturas torcedoras] que sustentam e transmitem para as novas gerações a inexorabilidade do pertencimento clubístico como forma de preservação dos sentidos comunitários que sustentam os clubes.¹⁷

A DIALÉTICA JOGAR E TORCER

Como exercício de interação social no domínio do pluriverso lúdico, *mutatis mutantis*, as instâncias comunitárias e societais presentes no futebol encerram uma outra dialética fundante, que preexiste aos princípios da prática a partir da emergência sociológica dos clubes como instituições e exemplos de associativismo esportivo. Ingressaremos agora num tipo de argumentação que toma o futebol a partir de outras provocações e aporte teórico, denominado de *modelo das relações*.¹⁸

Nesse modelo prevalece menos os atores do que suas relações metaforizadas pelos verbos de ação jogar e torcer. Jogar e torcer são verbos de ação consumados em práticas mediadas pela faculdade sensível do *olhar*. Sendo o sentido do olhar a instância que atua como espécie de conectivo desse átomo da sociabilidade

teve 86% do seu capital vendido para o empresário singapuriano Peter Lim, dono da empresa Meriton, após uma grave crise financeira decorrente da construção de um novo estádio. O clube tentou superar essa crise com a transferência do controle da SAD para uma fundação, que fracassou na tentativa de resolver os graves problemas financeiros” (SIMÕES, 2022, p. 249).

¹⁷ SIMÕES. *O Clube no século XXI e o fator “supporter”*, p. 209.

¹⁸ TOLEDO. *Torcer: perspectivas analíticas em Antropologia das práticas esportivas*, 2019; TOLEDO; COSTA. *Transformações do Torcer: esportividades do olhar e olhares sobre a esportificação*, 2022a.

futebolística organizado a partir da dialética entre jogar e torcer. O que decorre dessa relação explicitada pelo olhar levará à formação das práticas de ajuntamentos. Dos ajuntamentos aos clubes, campeonatos, instituições, mercado esportivo, enfim, tudo aquilo que entra na disputa pelo comum.

O argumento central desse modelo é que a separação e invenção do jogar e do torcer são domínios que devem ser tomados desde sempre como ações e sensibilidades co-implicadas a partir da partícula do olhar. Tal relação antecede a divisão social que distribuirá os papéis por todo um campo esportivo (profissionais, especialistas e torcedores), que partindo do voluntarismo associativista alcançou as formas e emaranhados institucionais que hoje constitui o campo do futebol profissionalizado.

A hipótese do modelo das relações toma a condição vicária do olhar e a esportividade do olhar como instância doadora universal para todo o sistema esportivo. Ninguém nasce jogador, dirigente de clube de futebol ou jornalista esportivo e, claro, ninguém nasce torcedor, embora, levando em conta todo um ciclo de vida de alguma maneira engajado nos esportes, essa seja, provavelmente, a primeira condição de aparição da pessoa esportiva, ou a primeira demanda metafórica imposta coletivamente à pessoa transfigurada numa ordem emocional e subjetiva, herdada muitas vezes de círculos familiares e relacionalidades próximas.¹⁹

O modelo das relações especula sobre uma distribuição não equitativa que preside as relações entre jogar e torcer, expressa na presença, na presença relativa ou simples ausência daquilo que se eleva da prática definido por *dom*. Dom seria uma qualidade elástica, intuitiva e distintiva, cuja presença no futebol implicou no afastamento gradativo e sócio histórico entre os atos de jogar e os atos de ver (assistir, torcer...). Inerente à lógica dialética entre jogar e torcer, dom levará à produção de expertises e ao reconhecimento tardio dos agentes e papéis distribuídos por todo campo esportivo na figura de jogadores, torcedores, dirigentes, cronistas e demais agentes implicados e devedores da partilha original entre jogar e torcer.

[...] a partilha entre jogar e torcer a categoria nativa dom se destaca como reserva psico-fisio-simbólica do jogar, convenção motivante que celebra o afastamento sociológico e reposicionamento político e epistêmico do jogar diante do torcer. Não obstante, dom é associado à chave conectiva do olhar, instância sensível que ata quem joga e quem assiste, ou torce.

¹⁹ TOLEDO; COSTA. Transformações do Torcer, p. 97.

Olhar se multiplica em muitas capacidades de aferição do dom, subjetivantes e objetivantes, e define as práticas corporais tanto de quem joga quanto de quem torce.²⁰

Desse modo, a condição torcedora é tanto ubíqua quanto latente pois, afinal, sempre haverá dirigentes-torcedores, cronistas-torcedores, jogadores-torcedores (a notar que não cabe a expressão torcedores-torcedores), ainda que discursos intelectualistas e racionalistas se imponham em nome de alguma racionalidade, objetividade e neutralidade, fatores que subscrevem as expertises de cada um desses campos do saber esportivo. O torcer também é aquela condição que encerra os ciclos daqueles que foram acolhidos ou bafejados pela categoria do *dom*, ou seja, os *profissionais* e *especialistas*²¹ que se aglutinaram do ponto de vista do jogar. Assim, ex-jogadores, ex-cronistas esportivos, ex-dirigentes, ex-árbitros se tornam ao final de suas carreiras úteis torcedores de algum modo, fazendo com que o torcer inicie e encerre cada um desses ciclos.

O *dom* celebrado nas qualidades do jogar,²² estilizado cada vez mais como distinção corporal e valor de troca, implicou na ilusão de que uma outra objetificação estava em curso determinada pela “falta de dom” daqueles que “apenas” passaram a olhar o jogo de fora.

Incorre dessa partilha desigual entre quem tem ou não diferenciadamente *dom* (quem joga ou não, em última análise) um maior controle e mascaramento do “dom torcedor”, levando a se formar um exército de pessoas sem dom como uma espécie de reserva moral, que ao longo de remetaforizações e processos históricos se reificou como subsidiária, mas revelada fundamental arrimo e esteio emocional (paulatinamente financeiro) do futebol. Esteio emocional sociologicamente compreendido desde os trabalhos de Norbert Elias.²³ Esse “exército” de pessoas sem dom passou a ser denominado de várias maneiras como índice de se experienciar uma prática “de fora”, *olhada*, e que ganhou e ganha vários nomes, vários índices do comum, entre tantas a mais conhecida no Brasil, a de torcedores.

²⁰ TOLEDO. Rivalidades, dom e consumo: apontamentos para uma economia das emoções agonísticas torcedoras contemporâneas.

²¹ TOLEDO. *Lógicas no futebol: releituras*, 2022b.

²² DAMO. *Do dom à profissão: a formação de futebolistas no Brasil e na França*, 2008; TOLEDO. O dom de jogar e o torcer sem dom: extensões de uma categoria no contexto do futebol, 2023.

²³ ELIAS; DUNNING. *A busca da excitação*, 1992.

O DOM DE TORCER

Dom foi um dos temas capitais tratados pelo multi intelectual Marcel Mauss, que revelou a importância analítica depositada nas dimensões simbólicas embrenhadas às relações de produção e sobretudo circulação material da vida social, seja em comunidades ou em sociedades. Troca, reciprocidade, *dom* e propriedade, intersubjetividade, economia e poder, foram assunto associados que permitem vislumbrar uma semiologia mais geral das formas comunitárias ou societárias do ponto de vista maussiano.

Sob esse aspecto o *modelo das relações* dialoga com as teorias maussianas do *dom*, emprestando ao torcer um sentido mais ampliado à prática comunitária do futebol não a partir de um fora, mas de dentro da própria prática do jogar. O torcer não é resultado de uma penhora apenas de recursos pessoais, tempo e emoções devotados à prática do futebol, mas sim um ato de multiplicar para além das técnicas corporais e sinestésicas os sentido e valores emprestados ao jogo. O jogo como uma coisa objetiva só pode se comunicar com outra coisa também importante em si mesma (espécie de propriedade) que é o torcer. Torcer é um ato contínuo e não subsidiário do jogar.

Porque todo jogar (do simples brincar ao profissionalismo) não deixa de ser também um experimento em que cada brincante ou jogador impõe a si mesmo uma constante autoavaliação de sua performance, portanto uma ação relacionada ao olhar. Nesse sentido, o jogador, ou mesmo o mais despretensioso dos brincantes numa pelada de rua é o primeiro torcedor *de si*, ao mesmo tempo que estabelece a contraimagem de um eu-outro a enunciar um *olhar* escrutinador sobre seu ato de jogar. Uma vez que todos que jogam também torcem, implica que todos que torcem também jogam, pois jogar é tanto expressão de um *jogar-olhado* quanto torcer é expressão do *olhar-jogado*.²⁴

Essa é uma discussão com evidentes rebatimentos na filosofia de Merleau Ponty, para quem a ultrapassagem da dicotomia científica entre sujeito e objeto se estabelece como crítica a nossa forma de conhecimento. Todo o fundamento

²⁴ TOLEDO. *Torcer*, 2019.

comunicacional da cultura não deve partir do pressuposto que separa sujeitos e objetos, corpo e alma, mundo vivido e concebido. Discutindo esses pressupostos presente em Merleau-Ponty, Patrice Maniglier assinala que “se aquilo que eu faço tem sentido, é porque um outro teria feito a mesma coisa em meu lugar, em outras palavras, porque “eu” poderia ser um outro.²⁵

Torcer se torna uma propriedade no sentido de que Mauss posiciona sua discussão sobre o dom. O dom supõe uma propriedade da própria coisa, eis a intuição original destacada por Maniglier e, nesse sentido, não apenas aqueles que jogam seriam os possuidores de dom, mas também aqueles que torcem são dotados de semelhante qualidade, afinal, corroborando com Mauss, dirá Maniglier que “[...] a distinção entre título de propriedade e coisa possuída jamais é definitiva”.²⁶

Instaura-se aqui um caráter ambíguo ou duplo do signo de propriedade. Repousa sobre essa relação o espírito da coisa trocada, que é o *dom* independentemente da satisfação ou azedume dos agentes envolvidos nessa troca entre torcedores e jogadores. Torcedores levam para a casa as vitórias e derrotas de seus times porque tais resultados não cessam no consumo conspícuo de uma partida, tal como o gosto de um bombom, que depois de ingerido deixa de produzir a excitação gustativa, a despeito da lembrança que possa suscitar por um tempo. Futebol, seus clubes e seus torcedores não podem ser afogados no mar universal das mercadorias. Se a tabela de um campeonato fixa as performances em números, um princípio que recusa essa troca de desempenhos por pontos subsiste na lógica simbólica torcedora como expectativa (de melhora, de temor que o time só vá perder ainda mais pontos ou o inverso). Esse tipo de recusa a conceber o futebol apenas pelo seu valor de troca (jogadores fazem gols e torcedores comemoram) é um dos fundamentos que alicerçam a noção de comunidade esportiva.

Portanto, uma comunidade de torcedores (nação, galera ou mesmo “massa bruta”, termo usado para designar a comunidade de pertença torcedora em Bragança Paulista) não pode ser tratada como uma unidade em que se celebra a união dos idênticos, mesmo em se tratando de torcedores de um mesmo time ou da seleção de

²⁵ MANIGLIER. “De Mauss a Claude Lévi-Strauss”, cinquenta anos depois: por uma ontologia Maori, 2013, p. 166.

²⁶ MANIGLIER. “De Mauss a Claude Lévi-Strauss”, cinquenta anos depois, p. 172.

um país. A compreensão das clivagens (sócios do clube e não sócios; torcedores comuns atomizados e torcedores organizados em coletividades autônomas e, mais atualmente, “donos” ou detentores de propriedade e ativos dos clubes e seu torcedores), leva à percepção de uma unidade instável composta de atos unilaterais que se respondem uns aos outros, mas que também formam regimes de reciprocidade que podem enunciar ou não as formas dessas diferenças, a depender dos contextos de enunciação na luta pelo comum. Mas, ao mesmo tempo, uma comunidade se abre para se experienciar as diferenças entre comunidades de contrários.

Não é porque trocamos ou consumimos o futebol cada vez mais como uma mercadoria e espetáculo que passamos a conferir maior sentido existencial a ele, mas justamente o inverso, é porque o futebol desde sempre ultrapassou ou paradoxalmente antecedeu seus significados meramente adventícios como um bem adquirido, um lazer qualquer consumido em ato, que animou as expectativas e os interesses em seu entorno. Os significados simbólicos da relação entre jogar e torcer como uma diferença primordial (assentada na convenção simbólica da exclusividade do dom de quem joga e na criatividade em extraír dom de quem torce), é que empresta ao futebol um significado para além da sua prática como manifestação de um agregado de técnicas e regras.

Comunidades torcedoras ou as experiências políticas do comum em grande parte são regidas por essa função simbólica da diferença que ultrapassa o caráter psicológico de se aderir a um time apenas pelo gosto pessoal. Torcedores se completam, uns se fazem corinthianos e/ou flamenguistas uns nos outros e, por consequência, uns contra os outros quando se amplia a paisagem agregando torcedores contrários. Há torcedores que admitem torcer mais ou menos do que outros mas, de toda maneira, as formas de engajamento anunciam a validade e plasticidade de distintas formas de se experienciar o torcer como propriedade inalienável e o dom torcedor como qualidade inextricavelmente associada ao dom de jogar.

Nessa dinâmica das relações entre jogar e torcer a troca nunca pode ser paga ou quantificável, tal como querem aqueles que apregoam um futebol administrado pelas razões instrumentais do dinheiro. Por ser uma troca assimétrica, mas sobretudo dialética, torcedores se doam mais do que jogadores aos clubes, daí sempre configurarem uma relação descontínua e ao mesmo tempo contínua com o

jogar. E, nesse sentido, os clubes sempre deverão aos torcedores, aos sócios mobilizados nas dinâmicas políticas clubísticas e aos mais distantes ou humildes que frequentam atomizadamente as arquibancadas.

UM CASO SINGULAR?

Antes de mais nada é preciso elucidar as diferenciações entre SAF's e clube empresas, já que o Red Bull Bragantino não é uma SAF, mas cumpriu um papel importante na Lei da SAF.²⁷ A discussão acerca da empresarização do futebol brasileiro remonta a décadas passadas, mas foi no ano de 2021 com a sanção da Lei nº 14.193/2021, que institui a Sociedade Anônima do Futebol (SAF), que novos rumos foram tomados. É de suma importância diferenciar este marco regulatório específico das tentativas anteriores, genericamente denominadas "clube-empresa", que permearam o cenário nacional. As distinções não são meramente jurídicas, mas se aprofundam nas relações de poder, nas culturas torcedoras e na própria concepção do "clube" enquanto entidade social. O termo "clube-empresa", antes da Lei da SAF, referia-se a iniciativas de transformar instituições esportivas em entidades com fins lucrativos, impulsionadas por articulações político-econômicas. Essas tentativas não são recentes, remontando à Lei Zico (Lei nº 8.672/1993) e, principalmente, à Lei Pelé (Lei nº 9.615/1998). Inicialmente, a Lei Pelé chegou a tornar obrigatória a conversão de clubes em empresas, sob pena de exclusão de competições profissionais, mas essa obrigatoriedade foi derrubada em 2000, tornando o processo facultativo.²⁸

As experiências desse período, como as do Bahia e Vitória, que venderam 51% das ações de seus departamentos de futebol para fundos de investimento no início dos anos 2000, foram, em grande medida, fracassadas e com resultados negativos. Outros grandes clubes, como Vasco, Corinthians, Cruzeiro e Flamengo, também tiveram experiências com fundos de pensão ou agências de *marketing*

²⁷ O CEO (Chief Executive Officer) do Red Bull Bragantino na época era o Thiago Scuro, que por diversas vezes elucidou como o Bragantino "revolucionou" fazendo esse modelo antes mesmo da Lei da SAF. O atual CEO é André Rocha que já deixou claro que não há interesse do clube em se transformar em SAF.

²⁸ SIMÕES. *Clientes versus Rebeldes*, 2017.

esportivo, que frequentemente resultaram em conflitos e endividamento. O fracasso foi atribuído, em parte, à alta carga tributária para sociedades empresariais (em contraste com as associações civis parcialmente isentas) e à resistência dos "cartolas" em perder o controle de suas associações.

Muitos desses "clubes-empresa" da década de 2000 eram, na sua maioria, agremiações menores, sem grande base associativa ou torcida consolidada. Funcionavam como "vitrines" para jogadores e eram frequentemente abandonados quando deixavam de ser financeiramente ou politicamente interessantes para seus controladores, resultando em projetos de curto prazo e prejudiciais para equipes de médio e pequeno porte com grande torcida. A instabilidade e a efemeridade eram características marcantes, uma vez que a ausência de um quadro social orgânico impedia a sustentação desses projetos a longo prazo.

A SOCIEDADE ANÔNIMA DO FUTEBOL (SAF): UM NOVO AR CABOUÇO JURÍDICO

A Lei nº 14.193/2021 (Lei das SAFs) surge como um marco distintivo, propondo uma figura jurídica específica para os clubes de futebol, com regras adaptadas à realidade do esporte. Sua aprovação, em meio a um cenário de endividamento massivo dos clubes, foi impulsionada por um discurso de "modernização" e "profissionalização".

O primeiro ponto é o Formato Jurídico Específico. A Lei da SAF, sancionada em 6 de agosto de 2021, introduz um modelo societário pensado exclusivamente para o futebol, com regras especiais dentro da lei das sociedades anônimas. Diferentemente da Lei Pelé (Lei n. 9.615/1998), que não estabelecia uma figura jurídica específica para os clubes, a Lei das SAFs (Lei n. 14.193/2021) criou um tipo societário dedicado. Segundo consta, seu objetivo central é a modernização da gestão do futebol brasileiro e a resolução do endividamento dos clubes.

Em segundo lugar, destaca-se o seu caráter facultativo, mas com uma forte pressão discursiva. Embora a criação de uma SAF seja explicitamente facultativa, há um discurso hegemônico que a apresenta como a "única saída" ou "indispensável" para a sobrevivência e o sucesso do futebol brasileiro, especialmente para clubes endividados. Essa narrativa é frequentemente associada à necessidade de

"modernização e profissionalização" da gestão, em contraste com a figura dos "dirigentes aventureiros".

A lei também inclui o Regime Centralizado de Execuções (RCE). Este é um mecanismo que permite um tratamento diferenciado dos passivos (dívidas) dos clubes. Assim, as dívidas acumuladas permanecem com a associação civil, mas os recursos gerados pela SAF são utilizados para pagá-las, funcionando como um regime de recuperação judicial específico.²⁹

PERSPECTIVAS ANTROPOLÓGICAS: O CLUBE COMO "COMUM" E A PERCEPÇÃO TORCEDORA

Do ponto de vista antropológico, a SAF, embora se apresente como uma solução "moderna", insere-se em um processo mais amplo de mercantilização da vida social e do futebol como fenômeno cultural. As justificativas dos parlamentares para a aprovação da lei frequentemente utilizam um léxico neoliberal, evocando a necessidade de "limpeza", "modernização" e "fortalecimento da gestão" para retomar o "protagonismo brasileiro no futebol mundial", muitas vezes mascarando as reais intenções dos agentes envolvidos.

Uma das diferenças mais significativas, quando analisamos a SAF, reside na relação do torcedor com essa nova estrutura. Enquanto em países europeus, os movimentos de "supporters" (torcedores engajados) frequentemente lutam *contra* a empresarização dos clubes, buscando manter a participação democrática e o controle associativo, no Brasil, a Lei das SAFs foi recebida com entusiasmo e uma dose de salvacionismo. Para eles, a SAF representa uma oportunidade de profissionalizar a gestão, atrair investimentos e, crucialmente, livrar o clube do controle de grupos oligárquicos nas associações civis, que historicamente restringiam a participação e contribuíam para a má gestão e o endividamento. A percepção é que a velha guarda de "cartolas", embora agora adote o "linguajar corporativo", ainda mantém o controle autoritário.³⁰

²⁹ FORMAGGINI DE JESUS. O processo de mercadorização do futebol brasileiro e sua transnacionalização: uma análise sobre a Sociedade Anônima do Futebol (SAF), 2024.

³⁰ SIMÕES. *O Clube no século XXI e o fator "supporter"*.

A capacidade de os torcedores (re)tomarem o futebol para os interesses coletivos é um ponto central. A concepção do "clube" como um "comum", produzido pelo trabalho vivo da coletividade dos torcedores, como já esmiuçamos, é um arcabouço teórico que ilumina essa disputa. Essa "propriedade simbólica" ou "sentimento de propriedade" é uma força motriz para o ativismo torcedor, que se manifesta independentemente do formato jurídico do clube. A SAF, nesse sentido, é mais uma camada na complexa relação entre o "clube" como uma "empresa produtora de espetáculo" (com fins comerciais) e o "clube" como uma "associação de torcedores" (com base em pertencimentos e identidades).

A experiência brasileira, com sua história particular de associações civis restritivas, contrasta com modelos como o alemão (que exige que a associação original mantenha o controle da SAF, a regra do 50+1%) ou o argentino (que historicamente freou a empresarização devido à forte cultura associativa e mecanismos democráticos internos). No Brasil, a ausência de uma cultura participativa democrática ampla nas associações civis fez com que a SAF, paradoxalmente, surgisse para muitos como uma via de "democratização" ou, ao menos, de "libertação" do controle oligárquico.³¹

Após esse rápido apanhado, o que se torna evidente é que, independentemente do formato jurídico, a substância de um clube de futebol continua a ser a capacidade de uma comunidade – a torcida – de lhe sustentar, ou auferir desse e com esse *dom*. As "sociedades do torcer",³² sejam elas assumidas em modelos como as torcidas organizadas, consulados ou movimentos políticos,³³ representam os espaços onde a política do futebol se manifesta, contestando a redução da relação torcedor/clube a uma mera transação comercial. A SAF, portanto, é mais um capítulo na longa e complexa história da disputa pelo "clube" e pelo "jogo" como um bem que, para muitos, pertence à coletividade.

³¹ SIMÕES. *O Clube no século XXI e o fator "supporter"*.

³² PINTO. *Sociedades do torcer: uma etnografia da política e dos faccionalismos a partir de clubes de futebol no Brasil*, 2022.

³³ Conforme Lopes (2023), que as denominam de CAT's (Coletivos Ativistas de Torcedores).

O CASO RED BULL BRAGANTINO: EXERCÍCIO DE ETNOBIOGRAFIA

Diferente de tudo já visto no Brasil até então, a compra do Bragantino pela marca de energéticos austríaca, foi, dadas as proporções, um movimento que engrandeceu o senso de comunidade futebolística na cidade de Bragança Paulista, visto que a torcida “Massa Bruta” voltou a assistir seu time do coração em uma primeira divisão de campeonato brasileiro após 22 anos.³⁴ Para uma rápida contextualização, irei apresentar o torcer bragantino na década de 2010 em diante, a fim de elucidar a mudança significativa após a vinda da Red Bull na cidade. Conhecido como a época das “vacas magras” a década de 2010 foi marcada por suscetíveis tentativas falhas de promoção para a primeira divisão nacional,³⁵ até que em 2016 o clube foi rebaixado para a terceira divisão. A torcida nessa época era diminuta no estádio. Para efeito de comparação, em dados obtidos através do site da CBF (Confederação Brasileira de Futebol) no Brasileirão Série B de 2016, o Bragantino figurou, em duas partidas jogadas em casa, o top 10 de menores públicos da competição. Em décimo lugar na tabela em partida válida pela 34^a rodada contra o Oeste, no qual foram contabilizados um total de 356 torcedores e, galgando a sétima posição, em partida válida pela 38^a rodada contra o Londrina, registrou-se um público pagante de 270 torcedores.

Mas o que explica praticamente sete anos depois o público médio aumentar para 5466 torcedores? O fator Red Bull no futebol do Bragantino não pode ser descartado. Com a vinda da empresa e com a injeção de milhares de reais, seja para estrutura e pagamento de dívidas ou para contratação de jogadores, o gosto por assistir futebol no estádio voltou a mobilizar os torcedores de Bragança Paulista. Outro fato que não se pode ignorar é que a cidade de Bragança, pela proximidade da capital São Paulo (aproximadamente 87 km), influencia na adesão do Bragantino como “segundo time”, já que os moradores da região costumeiramente torcem para os “grandes” do estado. Visto isso, a Red Bull fez um trabalho massivo para capitalização de velhos e novos torcedores utilizando métodos eficazes para ocupar

³⁴ Rebaixado em 1998 e só voltou à elite do futebol brasileiro em 2020, após ser campeão brasileiro da Série B, já com o gerenciamento da Red Bull mas ainda sem o nome Red Bull Bragantino, uniformes e escudo tradicional da empresa de energéticos.

³⁵ Destaque para a campanha do Brasileirão Série B de 2011 no qual o Bragantino terminou na sexta colocação, batendo na trave para subir de divisão.

o estádio novamente, dentre eles podemos citar a diminuição considerável do valor do ingresso, criação de um programa de sócio-torcedor acessível e com um preço único por mês com acesso a todos os jogos, disponibilização de ônibus gratuitos na região norte da cidade (mais afastada do estádio), divulgações e parcerias com o comércio local, distribuindo gratuitamente ingressos etc.

Esse trabalho fez com que, em um intervalo de sete anos (2016-2023), a torcida no estádio aumentasse 2024% aproximadamente, reconfigurando o status torcedor da cidade e dando uma luz no fim do túnel à torcida que não tinha calendário futebolístico para acompanhar o Bragantino seja em casa ou como visitante.

Tomemos o micro universo de relacionalidades de um dos autores desse artigo, torcedor que cultiva fortes aproximações com o clube. Autobiografia, ou etnobiografias são recursos discutidos na Antropologia como vias de problematização das dimensões da subjetividade presente no método etnográfico consagrado pela disciplina.³⁶ É aqui que o deslocamento de um torcer genérico para uma pessoa-personagem pode adensar as análises e produzir algumas mediações por demais generalizantes.

Para Pietro Loredo o torcer pelo Clube Atlético Bragantino (agora Red Bull Bragantino) veio de berço, com os dois avôs tendo ligações diretas com o clube.³⁷ O avô paterno, o falecido Felippe de Loredo Netto, foi diretor do clube nos anos 60 e 70, e transmitiu essa paixão para o pai de Pietro, Sergio Loredo, jornalista que atuou nas principais emissoras da capital paulista e sempre fez questão de cultivar essa memória em família. Em 2020, Pietro Loredo começou a dar seus primeiros passos acompanhando o clube, participando de transmissões de rádio na cidade, mas foi em 2021, com a volta dos torcedores nos estádios, que começou a atuar em três frentes, como torcedor, repórter e apesar de não saber na época, antropólogo, pois logo escolheria cursar graduação em Ciências Sociais na UFSCar. Portanto, trata-se de uma vivência ainda mais visceral e mediada pela subjetividade do que uma observação “de perto e de dentro”.³⁸ Pietro passou a presenciar os jogos nos setores mais populares,

³⁶ GONÇALVES; MARQUES; CARDOSO. *Etnobiografia: subjetividade e etnografia*, 2012.

³⁷ Aliás, é comum que familiares de torcedores tenham uma ligação histórica com o Bragantino, visto que em 1965 foi campeão da segunda divisão do campeonato paulista, algo que movimentou a pacata cidade de Bragança Paulista.

³⁸ MAGNANI. De perto e de dentro, 2002.

principalmente no “puleiro”,³⁹ e mais tarde de dentro do campo como repórter e na cabine de rádio, lugar dos especialistas.⁴⁰ As cabines estão localizadas acima das cadeiras cativas, onde carinhosamente ficam os “cornetas” e a velha guarda dos torcedores bragantinos. Aliás, o clube sempre manteve ali os torcedores mais fiéis, independente de classe social, e foi algo que a Red Bull procurou, de certa forma, preservar, embora tenha aberto o local à venda de ingressos.

Há que se formular questões básicas: o que se alterou no torcer bragantino com a aquisição da Red Bull? Há ainda um pertencimento como aquele manifestado no auge da performance do clube nos anos 90,⁴¹ ou o senso de comunidade se alienou a uma prática empresarial e “moderna” fruto de mais uma mera empreitada capitalista que só busca lucro acima de tudo? Não pretendemos responder objetivamente a essas perguntas até mesmo porque se trata de um processo histórico sinuoso e em curso. O objetivo de Loredo, desde que passou a experienciar “na carne e na alma” essa condição de antropólogo-torcedor-jornalista, tem sido procurar entender as matizações desse novo consumo do futebol em uma cidade do interior, que hoje alcança uma população de 180 mil habitantes.

COMUNIDADE, SOCIEDADE E CULTURA

Ao falar de “comunidade”, “sociedade” e “cultura” do torcedor bragantino, é necessário breves comparações com os tempos pré-Red Bull, sejam colhidas nas experiências familiares de Loredo, traçando assim uma antropologia *ex post facto*,⁴² seja por intermédio das conversas e entrevistas realizadas com torcedores de diversas camadas bragantinas. Traçando um resgate histórico do torcer bragantino o título de 1965 é, sem sombra de dúvidas, o “marco zero”. Loredo teve a felicidade de gravar uma conversa

³⁹ Nome jocoso e ambíguo dado a uma parte da arquibancada do Estádio Nabi Abi Chedid, pois costumeiramente os torcedores “pulavam” para dentro do campo para comemorar os gols do time, mas logo na sequência voltavam às suas posições de origem.

⁴⁰ TOLEDO. *Lógicas no futebol*.

⁴¹ O Bragantino viveu seus “anos dourados” a partir de 1989 com o título do Campeonato Brasileiro da Série B, ainda chamado na época de “Divisão Especial”. Em 1990 aconteceu o título do Campeonato Paulista após vencer o Novorizontino naquela que ficou conhecida como a “Final Caipira”. Em 1991 foi vice campeão da primeira divisão do Campeonato Brasileiro após perder o jogo de ida para o São Paulo Futebol Clube, Mário Tilico fez 1 x 0 para o São Paulo e viu o jogo da volta terminar 0 x 0 em Bragança.

⁴² MACHADO. *A memória como um campo etnográfico: antropologia ex post facto*, 2023.

espontânea entre seu pai e o avô materno, José Roberto Gesuatto, que faleceu nesse ano de 2025, onde narrou com detalhes a ida dele para o Pacaembu no dia 23 de novembro de 1965, ocasião da partida entre o Bragantino com o Barretos.⁴³ Saíram de Bragança aproximadamente 30 ônibus rumo a São Paulo e na época o avô Zé Roberto, que rumou à capital, tinha 15 anos. Chegando lá viram o Bragantino fazer 2 x 0 no primeiro tempo, tranquilizando os ânimos e dando aquele gás para provocar os torcedores rivais do Barretos. Ao terminar a partida 2 x 2 e se sagrar campeão, a torcida foi comemorar fora do estádio e, para infelicidade de alguns, sofreram uma emboscada de torcedores do Barretos que atiraram pedras nos torcedores bragantinos e nos ônibus. O avô contava com leveza e humor o fato, revelando ser muito comum tais práticas. Depois dessa final o clube Bragantino passou a gerir com os torcedores suas caravanias e disponibilizar ônibus nos jogos “fora de casa”.

Outro caso, dessa vez relatado por Sérgio Loredo, foi o primeiro jogo da semifinal do Campeonato Brasileiro de 1991 contra o Fluminense.⁴⁴ Foram disponibilizados dezenas de ônibus saindo de Bragança Paulista rumo ao Rio de Janeiro, e Loredo pai esteve em um deles. Na época ele já trabalhava como repórter, mas tinha quebrado o pé e, de muletas, se recuperava. Embora fora dispensado de trabalhar, tal desconforto não o impediu de viajar e assistir o time do coração. Ele conta que as muletas foram atiradas para o alto torcendo pelo Braga no Maracanã. Garante também que, posteriormente, Bebeto, notório jogador da seleção brasileira campeã em 1994, copiou a comemoração do “Nana Neném” realizada pelo jogador Franklin, que inventara tal gesto justamente naquele jogo.

São fragmentos de memórias que auxiliam a elucidar como as negociações com dirigentes em torno da necessidade do translado e presença torcedora passou a fazer parte de uma legítima demanda cultural em momentos cruciais de performance do time fora de casa. Atualmente, o Red Bull Bragantino mantém essa prática para os sócios torcedores em jogos decisivos no estado de São Paulo, e

⁴³ O placar foi 2 x 2, no segundo jogo da final do Campeonato Paulista (equivalente à atual série A2), conquistando a taça e o primeiro acesso da história do clube à Divisão Especial, atual série A1, do Estado. O Massa Bruta já havia vencido o primeiro jogo, disputado em 18 de novembro, por 1 a 0 (gol de Hélio Burini).

⁴⁴ O jogo acabou 1 x 0 para o Bragantino com gol de Franklin, o jogo da volta foi 1 x 1 em clima de amistoso, já que no regulamento o Bragantino tinha como vantagem, por ser melhor campanha, a vitória no primeiro jogo já garantia a classificação à final.

quando o mando do time é em algum estádio em São Paulo ou Santos, aí sim disponibiliza transporte para o torcedor em geral. Trata-se de manter as formas de sociabilidade torcedora, embora aficionados mais novos passaram a se acostumar às ofertas de canais que televisionam muitos jogos, algo que, obviamente, não acontecia nos anos 60 e 90. O que o clube entende, e é preciso estar atento a esse fato, é que o Bragantino está passando por uma renovação torcedora, visto que os mais velhos dificilmente vão aos estádios, e os jovens crescem sob o peso de uma experiência de vitórias ainda não vivida, embora essa nova geração reconheça a reorganização do clube.

Se pararmos para analisar o já citado caso do Valência, exemplo mais uma vez recuperado de Simões,⁴⁵ onde há evidente tensão entre propriedade e o sentimento de pertença ao clube, algo que o dinheiro não especifica, vemos muitas SAFs e clubes empresas diante de reais ou potenciais conflitos. Ao pensar no caso do Red Bull Bragantino é notório a escolha da empresa de energéticos pela cidade do interior paulista, visto que não conseguiria impor seu modelo, tanto estruturalmente quanto simbolicamente, se tivesse acesso aos clubes considerados “grandes” do Estado. Na pesquisa que Loredo vem realizando tornou-se comum as pessoas “de longe e de fora” perguntarem se “a torcida aceitou numa boa todas essas mudanças”.

As alterações drásticas começaram a ocorrer a partir de 2020 quando foi oficializado o nome “Red Bull Bragantino”. Uma substituição sensível e agressiva foi a substituição do escudo, que antes possuía um formato mais “clássico”, com contornos curvos e ponta inferior levemente aguda, todo nas cores em preto e branco. Na parte superior esquerda, o desenho de uma bola de futebol estilizada ocupava a porção branca e logo abaixo uma faixa diagonal, transpondo o escudo do lado esquerdo para o superior direito, que continha a inscrição “C.A. BRAGANTINO” em letras maiúsculas, que divisava a parte superior da porção inferior marcada pelas 6 listras em branco e cinco em preto. Agora, o novo escudo é caracterizado pelos dois touros vermelhos tendo uma bola entre eles, além de uma forma geométrica totalmente diferente.⁴⁶

⁴⁵ SIMÕES. *O Clube no século XXI e o fator “supporter”*.

⁴⁶ Todos os clubes geridos pelo grupo Red Bull tem praticamente o mesmo símbolo, com uma mudança ou outra por conta de restrições com seus respectivos países.

As cores dos uniformes viraram branco, vermelho e preto (nessa ordem de preferência) com eventuais “terceiros uniformes” em azul. No contexto da cidade as adaptações a tudo isso foram objetos de controvérsia. Negociações táticas com a empresa de energéticos podem ser destacadas, atendendo demandas torcedoras, tais como foi o caso da releitura da camisa Carijó, que marcou a conquista do vice-campeonato brasileiro em 1991. De todo modo, a cidade foi aos poucos processando esses signos de modernização do clube e passou a ser corriqueiro ouvir de torcedores frases como “era isso ou o clube ia morrer”. E dado esse extremismo hiperbólico presente na ideia de “morte social” do clube a cidade abraçou as mudanças.

Hoje, na maioria das vezes, as respostas dos moradores de Bragança àquelas perguntas levam a um genérico sim, amortizando as transformações, mas incomodando pesquisadores e demais interlocutores que, “de fora”, têm mais dificuldades de compreender aquilo que tomam por evidentes ingerências da empresa na cultura do futebol local. Claro que mesmo o sim genérico guarda suas ambiguidades e vela opiniões mais inquietas, fazendo dessas questões indagações sempre abertas às possibilidades de reavivar controvérsias, sobretudo a cada revés esportivo. Certa vez, Loredo ouviu uma alegoria torcedora que associou a relação do clube com a empresa como se fosse um tipo de casamento, daqueles que “você vai ter que ceder, mas a gente vai pisar em lugares que nunca pisamos”.

O Bragantino, antes de ser adquirido pela Red Bull, era administrado por Marquinho Chedid, último dirigente vindo de uma tradicional família de cartolas e políticos.⁴⁷ Como presidente do clube ficou de 1998 até o Paulistão de 2019, e hoje ostenta o título de “Presidente de Honra”. A família esteve à frente de um clube praticamente sem oposição e apesar de seu estatuto associativo pouquíssimos sócios participavam das decisões políticas internas. Ponderado esse histórico e somado às condições econômicas deletérias das administrações, a Red Bull

⁴⁷ Marco Chedid é filho de Nabi Abi Chedid, que além de dar nome ao estádio foi um cartola e político renomado, sendo presidente do Bragantino de 1958 até meados de 1977, da Federação Paulista de Futebol e vice da Confederação Brasileira de Futebol. Nabi foi deputado estadual por São Paulo de 1963 até 2003, sendo um dos figurões do partido ARENA. Seu irmão, tio de Marco, era Jesus Adib Abi Chedid, presidente do Bragantino de 1988 até 1996, além de ser prefeito na cidade de Bragança Paulista eleito cinco vezes. Atualmente, um dos seus filhos, Edmir Chedid, é prefeito na cidade, tendo ocupado anteriormente a vaga de deputado estadual no Estado por oito mandatos.

enxergou ali uma oportunidade de mercado na proposta de compra do Bragantino. A promessa era de que em 5 anos o clube estaria participando de uma competição internacional. O fato é que em dois anos o clube jogou sua primeira Copa Sulamericana, em 2021, perdendo a final para o Athletico-PR. Nos anos 90 já tinha participado da extinta Copa Conmebol.⁴⁸

O “DOM BRAGANTINO” À GUISA DE ALGUMAS CONSIDERAÇÕES FINAIS

Retomando a inspirada teoria da dádiva de Marcel Mauss e levando em alta conta os contrastes entre torcedores, clubes empresas e SAFs, acordamos que torcer é um ativo do clube. Conforme já salientamos, trata-se de uma qualidade intrínseca do par jogar-torcer que, em última instância, revela além do dom de jogar outra propriedade inalienável, o dom torcedor, que participa na criação do valor futebolístico e confere sentidos ao jogo. Jogadores e torcedores estão ligados por uma troca simbólica que vai muito além do ingresso, qualquer jogador que busca reconhecimento, tal como já apontado, acaba sendo o primeiro torcedor dele mesmo. E quem torce também joga com o olhar, com a paixão, com a corneta, com o apoio. Essa é uma clara relação assimétrica, mas sobretudo dialética.

Mesmo com todas essas implicações, que permeiam as relações torcedoras com os clubes, ditadas por fragmentos de discursos economicistas expressos por usos de metáforas, tais como “saúde financeira”, a dimensão simbólica, esse dom de torcer, continua sendo fundamental. Por mais que se tente gerenciar o clube como uma empresa qualquer, essa relação baseada no dom e na troca simbólica impõe limites e contrastes. E no entender da torcida do Red Bull Bragantino faz com que através disso seja superada essa barreira empresarial. O Clube Atlético Bragantino não morreu,⁴⁹ ele está vivo nas faixas, nas músicas, nas camisetas e no próprio hino, que continua sendo tocado pela Red Bull em todos os jogos. Essa paixão pelo clube da cidade tem uma força própria que nenhuma empresa consegue comprar ou tirar, e a tendência é que isso se potencialize com o time disputando títulos e investindo

⁴⁸ A Copa Conmebol foi disputada de 1992 a 1999, a competição era formada pelos melhores nos campeonatos nacionais depois do respectivo campeão, único que recebia vaga na Copa Libertadores.

⁴⁹ O CNPJ do clube continua o mesmo, mudou apenas o nome para Red Bull Bragantino Futebol Ltda.

em infraestrutura na cidade. Um exemplo recente foi a reforma do estádio municipal Cícero de Souza Marques, onde foram investidos mais de 30 milhões de reais, e que está sendo usado enquanto o estádio Nabi Abi Chedid entra em processo de arenização.⁵⁰ Depois de pronta a arena, o estádio municipal se agregará ao complexo de lazer da cidade. Loredo ouviu uma analogia de um torcedor que disse a ele o seguinte: “A Red Bull aluga sua casa, reforma, coloca a mais alta tecnologia e depois que acaba o contrato ela te devolve sem cobrar nada”. Em que pese alguma ingenuidade na fala, são ações como essa que podem aproximar a empresa dos novos torcedores, criando assim efeitos de memórias e pertencimentos. Reativar o passado e não deixar apagar as memórias de um clube tão tradicional do interior paulista é um desafio colocado para e pelos próprios torcedores, entendendo que é o torcer que manterá, em última instância, toda uma história viva.

* * *

REFERÊNCIAS

BORGES, Fernando. O papel da FIFA Fan Fest na Copa do mundo da África do Sul. **Horizontes Antropológicos**, Dossiê megaeventos, 19 (40), 2013, p. 201-30.

CARVALHO, Phelipe Caldas Pontes. **O Belo e suas Torcidas**: um estudo comparativo sobre as formas de pertencimento que cercam o Botafogo da Paraíba. Dissertação (Mestrado em Antropologia) – Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2019.

DAMO, Arlei. **Do dom à profissão**: a formação de futebolistas no Brasil e na França. São Paulo: Editora Hucitec, 2008.

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

FERNANDES, Florestan. **Comunidade e sociedade**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, Edusp, 1973.

FORMAGGINI DE JESUS, Victor Cesar Silva. O processo de mercadorização do futebol brasileiro e sua transnacionalização: uma análise sobre a Sociedade Anônima do Futebol (SAF). In: **Anais do Congresso de Iniciação Científica da Unicamp**, 32, Campinas: IFCH/UNICAMP, 2024.

⁵⁰ A diretoria do clube prometeu a nova arena como “a arena mais raiz do Brasil”, isso se uma não contradizer a outra. Aguardarei os próximos capítulos.

GONÇALVES, Marco Antonio; MARQUES, Roberto; CARDOSO, Vânia. **Etnobiografia**: subjetividade e etnografia. Rio de Janeiro: Sete Letras, 2012.

LOPES, Felipe Tavares Paes. **Ativismo e resistência no futebol**: o “trio de ferro” contra a dominação. São Paulo: AutorEsporte, 2023.

MACHADO, Igor José de Renó. **A memória como um campo etnográfico**: antropologia ex post facto. Rio de Janeiro: Papéis Selvagens, 2023.

MARICATO, Ermínia. A Copa do mundo no Brasil: tsunami de capitais aprofunda a desigualdade urbana. **Brasil em jogo**. O que fica da Copa e das Olimpíadas. São Paulo: Boitempo editorial, 2014.

MAGNANI, José Guilherme. De perto e de dentro: notas para uma etnografia urbana. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, 17(49), 2002.

MANIGLIER, Patrice. “De Mauss a Claude Lévi-Strauss”, cinquenta anos depois: por uma ontologia Maori. **Cadernos de Campo**, São Paulo, n. 22, p. 2013.

MERLEAU-PONTY, Maurice. De Mauss a Claude Lévi-Strauss. **Merleau-Ponty**. Os pensadores, São Paulo: Editora Abril, 1984.

PESSOA, Vitor Lucas de Farias. O associativismo civil e a emergência histórica do esporte moderno: um diálogo com Stefan Szymanski. **Topoi**, Rio de Janeiro, v. 25, 2024.

PINTO, Vinícius Teixeira. **Sociedades do torcer**: uma etnografia da política e dos faccionalismos a partir de clubes de futebol no Brasil. Tese (Doutorado em Antropologia Social), UFRGS, Porto Alegre, 2022.

PISANI, João Ricardo. Multi-club ownership: um novo estágio da globalização dentro do futebol. In: SIMÕES, Irlan. (Org). **Clube empresa**: abordagens críticas globais às sociedades anônimas no futebol. Petrópolis: Corner, 2020.

SANTOS, Irlan Simões da Cruz; SANTOS, Anderson David Gomes dos. Democracia torcedora versus Vantagens consumistas: uma análise da associação clubística em tempos de futebol-negócio. **Mosaico**, Rio de Janeiro, v. 9, n. 14, 2018, p. 246-261.

SIMÕES, Irlan. **Clientes versus Rebeldes**: novas culturas torcedoras nas arenas do futebol moderno. Rio de Janeiro: Editora Multifoco, 2017.

SIMÕES, Irlan. (Org.). **Clube empresa**: abordagens críticas globais às sociedades anônimas no futebol. Petrópolis: Corner, 2020.

SIMÕES, Irlan. O negócio, a política e o público no futebol midiatizado: estudos sobre “empresas” e “associações” dos clubes do séc. XXI. **Qualificação de doutorado**. Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Faculdade de Comunicação Social, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, 2020.

SIMÕES, Irlan. **O Clube no século XXI e o fator supporter**: estudos sobre poder, negócio e comunidade no futebol-espetáculo. Tese de doutorado. Programa de pós-graduação em Comunicação, Faculdade de Comunicação Social, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, 2022.

SIMÕES, Irlan. **A produção do clube**. Poder, negócio e comunidade no futebol. Rio de Janeiro: Mórula editorial, 2023.

SOUSA, Raquel de Oliveira; SOUZA JUNIOR, Roberto. Reconhecimento facial nos estádios, tecnologia de segurança ou mecanismo de vigilância? Notas etnográficas sobre a importância da perspectiva torcedora para o debate. **Temáticas**, Campinas, SP, v. 33, n. 65, p. 51-78, 2025.

SPAGGIARI, Enrico. **Família joga bola**. Jovem futebolistas na várzea paulistana. São Paulo: Intermeios/Fapesp, 2016.

SZYMANSKI, Stefan. A theory of evolution of modern sport. **Journal of Sport History**, n. 35, 2008, p. 1-32.

SZYMANSKI, Stefan. Economistas e a História do Esporte. **Revista de História do Esporte**, v. 6, n. 1, 2013, p. 1-21.

TEIXEIRA PINTO, Vinicius. **Sociedades do torcer**: uma etnografia da política e dos faccionalismos a partir dos clubes de futebol no Brasil. Tese de doutorado. Programa de Pós-graduação em Antropologia Social, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2022.

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

TOLEDO, Luiz Henrique. Políticas da corporalidade: socialidade torcedora entre 1990-2010. In: HOLLANDA, Bernardo Buarque; MALAIA, João; MELO, Victor de; Toledo, Luiz Henrique de. **A torcida brasileira**. Rio de Janeiro: Sete Letras, 2013.

TOLEDO, Luiz Henrique. **Torcer**: perspectivas analíticas em Antropologia das práticas esportivas. Tese (Titularidade) – Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2019.

TOLEDO, Luiz Henrique de; COSTA, Carlos Eduardo. Transformações do Torcer: esportividades do olhar e olhares sobre a esportificação. **Ilha – Revista de Antropologia**, Florianópolis, v. 24, n. 3, p. 92-113, 2022a.

TOLEDO, Luiz Henrique de. **Lógicas no futebol**: releituras. São Paulo: Ludopédio, 2022b.

TOLEDO, Luiz Henrique de. O dom de jogar e o torcer sem dom: extensões de uma categoria no contexto do futebol. **Revista de Antropologia**, São Paulo, v. 66, USP, 2023.

TOLEDO, Luiz Henrique de. Rivalidades, dom e consumo: apontamentos para uma economia das emoções agonísticas torcedoras contemporâneas. **Revista Antropolítica**, no prelo.

* * *

Recebido em: 04 ago. 2025.
Aprovado em: 29 set. 2025.