

Formas sociais, comunicação e tipificações do afeto numa torcida de futebol

Social forms, communication and typifications of affection in a soccer crowd

ALINE MERIANE DO CARMO DE FREITAS^a

Universidade Federal do Pará. Programa de Pós-graduação em Antropologia. Belém – PA, Brasil

FÁBIO FONSECA DE CASTRO^b

Universidade Federal do Pará. Programas de Pós-graduação em Desenvolvimento Sustentável do Trópico Úmido e Comunicação, Cultura e Amazônia. Belém – PA, Brasil

RESUMO

O artigo apresenta os resultados de uma etnografia dos processos comunicacionais presentes numa torcida de futebol, a *barra brava* Camisa 33, do Clube do Remo, de Belém-PA. A partir de uma proposição de diálogo entre Antropologia e Comunicação, baseando-se nos estudos de Alfred Schutz e Georg Simmel, buscou-se compreender os processos intersubjetivos manifestos por meio dos afetos e sensibilidades experienciados pela torcida e expressos por meio de formas sociais. Buscou-se realizar uma análise dos processos socioculturais comunicativos com o objetivo de compreender a construção social das sensibilidades e a produção de sentidos sensíveis que envolvem os torcedores da equipe.

Palavras-chave: Futebol, barra brava, Clube do Remo, socialidade, sensibilidade

ABSTRACT

The article presents the results of an ethnography of the communication processes present in a soccer crowd, the *barra brava* Camisa 33, from *Clube do Remo*, in Belém-PA. Based on a proposition of dialogue between Anthropology and Communication, we sought to understand the intersubjective processes (Schutz, 1978, 2012) expressed by the affections and sensibilities experienced by the fans and shown in social forms (Simmel, 1999, 2006). We sought to carry out an analysis of the sociocultural communicative processes in order to understand the social construction of sensibilities and the production of sensitive meanings that involve team fans.

Keywords: Soccer, barra brava, Clube do Remo, sociality, sensitivity

^aDoutoranda em Antropologia no Programa de Pós-graduação em Antropologia; mestre em Ciências da Comunicação pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação, Cultura e Amazônia, na Universidade Federal do Pará. E-mail: linefreit@gmail.com. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-6892-5013>

^bProfessor dos Programas de pós-graduação em Desenvolvimento Sustentável do Trópico Úmido, do Núcleo de Altos Estudos Amazônicos e Comunicação, Cultura e Amazônia, na Universidade Federal do Pará. E-mail: fabio.fonsecafcastro@gmail.com. Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-9880-213X>

INTRODUÇÃO

ESTE ARTIGO SITUA-SE na zona de diálogo entre a Antropologia e a Comunicação, a partir da qual se propõe a fazer, com base numa etnografia realizada junto a uma torcida de futebol durante quinze meses, uma reflexão a respeito da intersubjetividade, em geral, e das formas sociais da afetividade, em particular.

Buscamos compreender a experiência comunicativa enquanto experiência sociocultural, intersubjetiva, de partilha e tipificação de afetos. Para isso, partimos da noção de intersubjetividade (Schutz, 1978, 2012), fazendo-a dialogar com o pensamento simmeliano, particularmente com a noção de forma social (Simmel, 1999, 2006). Além disso, buscamos compreender também os processos intersubjetivos manifestos nos afetos e sensibilidades experienciados por uma torcida de futebol do tipo barra brava, a Camisa 33 (C33) – vinculada a uma equipe de futebol do estado do Pará, o Clube do Remo – por meio de suas tipificações e em sua dinâmica de sociação, ou seja, de ativação de laços de socialização. Nesse sentido, procuramos compreender processos intersubjetivos por meio da relação entre comunicação e sensibilidades presentes nos laços de afeto estabelecidos entre os torcedores do Clube do Remo, no grupo social observado.

A afetividade dos torcedores azulinos pode estar presente no que, aparentemente, não é afetivo. O torcer-junto, por exemplo, na sua dimensão conflituosa. Sentimentos negativos, como o ódio ao Paysandu, a inveja dos títulos do adversário e a decepção com os resultados negativos geram, nas proposições de Simmel (1983), coesão social. Dessa maneira, verificamos a relevância do conflito na consolidação de grupos de interesses dos torcedores. Para o autor, o conflito, independentemente do fenômeno que nele resulte ou o acompanhe, é, em si, uma forma de sociação.

A excitação das emoções nas proposições de Elias e Dunning (1985) – o amor, a alegria, a dor e a raiva – foram sentimentos partilhados afetivamente pelos torcedores e fundamentais para ressignificar, também, práticas de poder. A frase “o amor é o que o amor faz” é representativa, para os torcedores, do remismo: termo nativo que representa o amor sacrificial por um time de futebol e que pode ser analisado, aqui, como dispositivo discursivo de poder.

A pesquisa, por ter um enfoque nos processos de interação dos torcedores do Clube do Remo, possibilitou uma análise da descrição interpretativa dos afetos que envolviam os remistas a partir da compreensão da maneira pela qual as relações dos processos de interação social entre torcedores são produzidas.

Com essa perspectiva, realizamos uma análise dos processos socioculturais comunicativos com o objetivo de compreender a construção social das sensibilidades e a produção de sentidos “sensíveis” que envolvem os torcedores do time de futebol Clube do Remo, a partir de uma dimensão afetiva e coletiva. O

amor, a alegria, a dor, a excitação, a raiva e, em alguns momentos, a decepção são alguns dos sentimentos partilhados, afetivamente, pela torcida e fundamentais para a compreensão dos processos de socialidade que os envolvem.

A pesquisa foi construída a partir de um diálogo entre etnografia e fenomenologia. A perspectiva etnográfica foi apoiada na proposição da etnografia interpretativa (Geertz, 1989), por meio da qual buscamos compreender a relação existente entre intersubjetividades e socialidades enquanto prática social do viver coletivamente a emoção. Esta metodologia permitiu maior liberdade entre pesquisadores e interlocutores em virtude de possibilitar a vivência, observação e interação. A própria percepção de um olhar, um gesto, um sorriso ajudou na compreensão pretendida e, assim, tudo se tornou relevante durante a pesquisa. A dimensão fenomenológica da pesquisa foi estruturada na obra de Alfred Schutz (1967), que possibilitou a categorização das tipificações engendradas pelos torcedores, visando compreender experiências vivenciadas por eles em sua cotidianidade e, portanto, práticas sociais que refletem a dimensão comunicacional do processo intersubjetivo, com foco na dimensão sensível da interação social. A noção de intersubjetividade é útil para a análise da cotidianidade e da partilha das sensibilidades, considerando, com Schutz (1967), que a tipificação intersubjetiva é uma experiência básica e estruturante da vida em sociedade. É equivalente à prática social e reflete a dimensão comunicacional do processo intersubjetivo com foco na experiência sensível da interação social.

No horizonte desse diálogo entre etnografia e fenomenologia, buscamos compreender de que modo o afeto, o gosto, o ethos e a empatia são tipificados e se fazem presentes na vida social cotidiana da torcida remista. Para fazê-lo, dialogamos com um referencial teórico-metodológico com foco na perspectiva da intersubjetividade.

O artigo está construído em quatro tópicos: após esta Introdução, descrevemos o percurso etnográfico do grupo social observado. Posteriormente, explicitamos e debatemos as disposições teórico-metodológicas da pesquisa, acreditando que esse debate, por si só, constitui uma colaboração à reflexão sobre o diálogo interdisciplinar entre comunicação, antropologia e fenomenologia. Por fim, sintetizamos nossa discussão, apresentando os resultados centrais da pesquisa no que diz respeito às formas sociais e intersubjetivas dos afetos presentes na torcida observada.

DESCRIÇÃO DO GRUPO SOCIAL OBSERVADO E DO PERCURSO ETNOGRÁFICO

O futebol chegou ao Pará no final do século XIX, no contexto do Ciclo da Borracha, período de intensificação das trocas culturais e econômicas com a Inglaterra. Nesse contexto, surgiram numerosos *clubs* de práticas esportivas,

notadamente de remo, hipismo, tênis e ciclismo, mas logo, também, de futebol. Desde esse primeiro momento, duas equipes constituíram-se como as mais fortes do estado, o *Club* do Remo, surgido em 1905, e o *Paysandu Sport Club*, fundado em 1913. A disputa entre ambos constitui o clássico mais disputado do país. Desde 1914 ocorreram 737 jogos, com 256 vitórias do Clube do Remo, 231 do Paysandu e 250 empates. Os dois clubes, juntos, possuem noventa títulos de campeões paraenses, sendo 46 troféus do Paysandu e 44 do Remo.

Costa (2007) informa que o Pará organizou o seu primeiro campeonato de futebol no ano de 1908, constituindo-se, assim, como o quarto estado brasileiro a ter uma disputa dessa natureza. Logo, trata-se de um lugar com uma cultura futebolística importante e tradicional, que penetra a vida social do estado, particularmente da sua capital, Belém.

Não obstante, apesar dessa importância e da cultura do futebol impregnar a vida social belemense, essas duas equipes não apresentam bons resultados na história recente do futebol brasileiro. Efetivamente, nenhuma das duas conseguiu fazer a passagem de uma cultura futebolística tradicional para uma dinâmica empresarial, centrada num planejamento financiado pelo grande capital, voltado para o marketing e para resultados práticos.

Nesse processo, os resultados obtidos pelo Clube do Remo vêm sendo, inclusive, menos satisfatórios do que os da equipe adversária. Entre 2000 e 2018, o time passou da 27ª para a 57ª posição no ranking da Confederação Brasileira de Futebol (CBF), cabendo ressaltar que, em décadas anteriores, fora considerado uma das quinze melhores equipes do país. Após a década particularmente favorável de 1990, o Remo entrou numa espiral de decadência marcada por problemas financeiros e de gestão, mas, sobretudo, com péssimos resultados no futebol. Foi rebaixado sucessivamente até chegar ao último lugar da Terceira Divisão, em 2007, sendo obrigado, por esse motivo, a disputar vaga para a então recém-criada Quarta Divisão do campeonato brasileiro. Com a autoestima prejudicada, nem mesmo isso o time conseguiu conquistar, ficando fora do campeonato.

Nos anos seguintes, até os dias presentes, a equipe obteve poucos resultados. Conseguiu retornar à Terceira Divisão e obteve o título estadual em 2019, mas a crise econômica e gerencial aparentam continuar determinando os resultados da equipe.

É nesse contexto de dificuldades que surgiu a torcida etnografada neste trabalho, a Camisa 33, uma torcida do tipo *brava* – modelo surgido na Argentina¹, caracterizado pela determinação aguerrida na defesa do time e pela boa disposição de ânimo. Alabarces (2005) propõe uma primeira aproximação comparativa entre torcidas organizadas e *hinchadas*. Para o autor, ambos agrupamentos

¹ A primeira barra brava, a La Doce – ou seja, “a 12”, em referência à ideia de um 12º jogador –, do Boca Juniors, conhecida equipe de futebol de Buenos Aires, foi formada nos anos 1960. Suas principais concorrentes são a barra Los Borrachos Del Tablón, do River Plate, surgida na mesma época; La Barra Del Rojo, do Independiente e La Guardia Imperial, do Racing Club.

são fortemente identificados com seus clubes e se unem por meio do torcer, diferenciando-se no que tange às questões institucionais. Concordando com Palhares, Cabrera e Schwartz (2014), consideramos que as torcidas categorizadas como barra bravas, como é o caso da Camisa 33, não constituem uma instituição, visto que não possuem um estatuto, sendo, portanto, uma organização informal. A C33 é uma torcida de livre adesão, e isso significa dizer que ela não possui um uniforme. A camisa do clube, de preferência, na cor azul marinho, é o que padroniza esses torcedores. As organizadas, por sua vez, são instituições legalmente reconhecidas.

As barras acompanham os jogos sempre de pé, cantando durante os 90 minutos da partida, mesmo quando time está perdendo. Seus integrantes propõem-se a representar a alma do time e descrevem-se como um 12º jogador. Além disso, as barras são caracterizadas por incentivar suas equipes com um repertório próprio de cantos e por levar trapos (grandes bandeiras) e bandeirolas para a arquibancada. Atualmente as barras bravas são comuns em toda a América Latina e passam a fazer parte da cultura futebolística de outros países. No Brasil as barras ganharam espaço no início do século XXI. A precursora do modelo no país foi a Geral do Grêmio e, a partir dela, diversas outras barras se formaram.

A Camisa 33, ou C33 como é conhecida pela torcida remista, foi fundada em 2009. Seu nome é uma referência ao período de 33 jogos em que o Remo permaneceu invicto diante de seu grande adversário, o Paysandu, e que constitui um dos grandes tabus do futebol paraense. A torcida é formada por cerca de 120 jovens. Seus membros têm entre 17 e 30 anos de idade, com predomínio nítido da faixa entre 18 e 24 anos. A maioria deles pertence às classes médias locais, apesar de alguns possuírem poder aquisitivo mais elevado, é estudante universitário ou já possui curso superior. Cabe também ressaltar que há uma quantidade importante de simpatizantes da C33, os quais assistem aos jogos e participam de atividades do grupo, mas não possuem um compromisso formalizado com a torcida.

A escolha de fazer uma etnografia utilizando como objeto de estudo a torcida do Clube do Remo, com foco na barra brava Camisa 33, deveu-se às características singulares desse grupo de torcedores. Essa torcida tem como premissa não ter a burocracia das organizadas, possui forte presença na internet e acompanha o Remo em qualquer modalidade em que ele estiver participando, inclusive no esporte amador. Além disso, há uma forte coesão etária e de nível socioeconômico, produzindo marcadores de afinidade úteis para o recorte estabelecido.

Nossa proposta é pensar o futebol a partir da centralidade das emoções e dos vínculos afetivos que os torcedores do Clube do Remo estabelecem com o seu time, objetivando analisar fenômenos sociais comunicativos contemporâneos.

A etnografia foi realizada, como dissemos, durante quinze meses, entre os anos de 2016 e 2017. A condição social de torcedores do Remo, embora não ativos e muito menos aguerridos, como os membros da C33, não apenas facilitou nosso ingresso no grupo como também permitiu uma posição de coerência no processo da observação participante, mas também nos exigiu um esforço importante de controle de *bias* e de autoavaliação do percurso etnográfico. Ingressamos na torcida informando claramente aos membros sobre nossa intenção em realizar uma pesquisa compreensiva e participamos regulamente, durante todo esse tempo, das atividades do grupo: treinos, performance em partidas, churrascos, reuniões, festas de aniversário, eleições do Conselho da torcida, interações nas redes sociais e em aplicativos, confecção de materiais, etc. Em todo esse processo, procedemos utilizando os protocolos estruturantes da observação participante e em busca de uma etnografia. Nosso objetivo fundamental era compreender os procedimentos comunicativos presentes na interação social, como especificamos a seguir.

DISPOSIÇÕES TEÓRICO-METODOLÓGICAS

Objetivando verificar de que maneira o afeto, o gosto, o ethos e a empatia são tipificados e se fazem presentes na vida social cotidiana da torcida remista, buscamos compreender os processos intersubjetivos dos torcedores, visando refletir sobre os padrões e regularidades nos processos de socialidades presentes no grupo. Essa decisão permitiu perceber o conceito como um processo dialógico, sempre em curso, e como um instrumental útil à análise de práticas intersubjetivas num ambiente urbano.

O marco teórico fundamental do trabalho foram os conceitos de intersubjetividade e de tipificação, presentes na sociologia fenomenológica de Alfred Schutz (1978, 2012). O referencial metodológico foi construído a partir de Clifford (1998), Clifford e Marcus (1986), Geertz (1989) e Peirano (1995) e em coerência com os padrões de uma antropologia interpretativa – a nosso ver coetâneos com o referencial fenomenológico de Schutz e Maffesoli e, também, com a disposição compreensiva de Simmel.

Dialoga-se, ainda, com o pensamento de Maffesoli (1998, 2003, 2010) sobre a noção de *estar junto* e de partilha ética dos ideais estéticos, visando discorrer sobre as emoções e os afetos que envolvem a torcida, os quais são sentidos e partilhados coletivamente e com a discussão sobre o futebol enquanto fenômeno social que constitui o ethos das identidades coletivas, na experiência social brasileira, tema presente em DaMatta (1975, 1982), Gastaldo (2014) e Damo (2005).

Por meio desse aporte teórico e do método etnográfico, propusemo-nos a pensar o esporte, dialogando, de maneira interdisciplinar, comunicação, antropologia e a fenomenologia, objetivando compreender a carga afetiva que a torcida estabelece com o Remo.

Schutz (1978) indica a impossibilidade de fazer pesquisa em ciências sociais sem considerar a intersubjetividade das pessoas e o meio no qual estão inseridas. Neste sentido, a escolha pela etnografia ocorreu devido ao fato de esse método possibilitar maior liberdade entre pesquisadora e interlocutores, contribuindo de maneira significativa para a percepção dos processos intersubjetivos e para a observação da vivência e das interações dos remistas. Fundamentais para realizar o que Geertz (1989) considera como descrição interpretativa, a qual consiste em analisar o que está por trás e dentro do menor gesto humano, no caso desse estudo, das atitudes, comportamentos e afetividade formados entre a torcida e o Clube do Remo.

Durante a pesquisa, importou não apenas o que foi dito verbalmente, mas também a maneira como se expressavam e comportavam coletivamente. Pudemos perceber, no horizonte etnográfico da pesquisa, que a maneira de sentir e experimentar a mesma emoção, por meio do pertencimento a um grupo, reflete o conjunto das disposições intersubjetivas produzido a partir de uma ética de pertencimento ao grupo ou de responsabilidade para com o grupo. Assim, os gestos, sinais, emoções durante os jogos, as conversas cotidianas nas redes sociais, os churrascos pré-jogo, as “peladas” aos finais de semana, os encontros no bar do Seu Menino – ponto de encontro dos remistas – constituíram espaços privilegiados de observação e compreensão.

Cedo se asseverou nossa disposição em empreender uma etnografia dos processos intersubjetivos (e, portanto, comunicacionais) presentes no grupo observado. Para DaMatta (1978), há um medo nas pesquisas sociais de “não assumir o lado humano e fenomenológico da disciplina” (p. 27), isto é, mostrar a carga intersubjetiva que envolve as pesquisas de campo e seus resultados. De acordo com Hanks (2013), fazer uma etnografia da intersubjetividade seria fazer uma descrição cuidadosa das dimensões corporais, cognitivas e afetivas de envolvimento entre indivíduos. Para DaMatta (1978), a carga afetiva na pesquisa de campo é importante para entender o fenômeno social:

Seria possível dizer que o elemento que se insinua no trabalho de campo é o sentimento e a emoção. Estes seriam, para parafrasear Lévi-Strauss, os hóspedes não convidados da situação etnográfica. E tudo indica que tal intrusão da subjetividade e da carga afetiva que vem com ela, dentro da rotina intelectualizada da pesquisa antropológica, é um dado sistemático da situação. (p. 6)

O que significaria fazer uma etnografia da intersubjetividade – ou dos processos socioculturais intersubjetivos? Compreendendo a intersubjetividade como o fenômeno de fundo que possibilita a socialização e, assim, a própria reprodução da vida social – muitos seriam os caminhos para desenvolver essa etnografia. Um deles, o que escolhemos, está na compreensão das formas sociais de afetividade no grupo estudado. Assim, junto à questão acima, colocamos, também, algumas outras, talvez análogas: de que maneira podemos compreender os processos de sensibilidade e de produção de sentidos *sensíveis* na torcida do Clube do Remo? Qual a dimensão comunicacional dos laços de afeto que envolvem a torcida e como podemos etnografá-la? De que maneira são tipificados os laços de afeto entre os torcedores do Clube do Remo?

A percepção do remismo possibilitou traçar um paralelo com o conceito de grupos externos proposto por Schutz (2012), que explica a falta de compreensão das atitudes de determinado grupo social por quem está fora dele. No caso da pesquisa, estar fora do grupo observado equivale ao papel social de quem não é torcedor do clube ou emocionalmente engajado e, portanto, não consegue compreender os sacrifícios que os torcedores fazem pelo time. Durante a pesquisa de campo verificamos, ainda, que o “amor pelo Remo” equivale a uma propensão moral a não se afastar dos processos vivenciados no âmbito das disputas do clube. Há uma tipificação nesse processo: é preciso *amar* como socialmente foi convencionalizado que se deve amar. E essa tipificação toma formas sociais variadas, na medida em que o remismo também é disseminado em processos experienciados pelos torcedores em suas famílias, círculos de amizade, círculos de religiosidade e, ainda, nesse substrato que agrega os torcedores vinculados à C33 ao conjunto mais amplo dos torcedores remistas, a idealizada Nação Azul.

DISCUSSÃO: FORMAS SOCIAIS E TIPIIFICAÇÕES DO AFETO NUMA TORCIDA DE FUTEBOL

Ir a um jogo de futebol significa estabelecer conexões fortes e fracas, isto é, construir laços sociais que variam, em termos de força, a partir da interação estabelecida entre os sujeitos. Essas conexões guardam semelhanças com a definição de laços fortes e fracos de Granovetter (1973), que discorre sobre o nível de coesão social de um grupo a partir dos vínculos estabelecidos entre eles.

A dicotomia entre laços fortes e fracos foi discutida, primeiramente, por Granovetter (1973), no contexto de sua reflexão sobre a formação de capital social. Segundo esse autor, os laços sociais frágeis têm um papel fundamental na conformação das redes comunicativas, conformando uma dinâmica social estruturante fundamental para determinados processos de associação. Nomeou-os

fracos em função do fato de que haveria menos barreiras sociais e culturais entre os indivíduos comunicantes, o que permitiria à comunicação circular com menos ruído e interrupções. Por sua vez, os laços *fortes* pressupõem coesão social, identidade grupal, estabilidade política e econômica, o que implica a formação de barreiras para o livre fluxo do capital social. Nesse horizonte, os laços sociais mais frágeis, de acordo com Granovetter, conformam uma rede social mais propícia para a conformação de capital social.

A torcida Camisa 33, por exemplo, estabelece, entre seus mais de 120 membros, o que seria um laço forte, em virtude de possuírem, entre si, muitas vezes, vínculos de parentesco, relacionamento amoroso – vista a existência de quinze casais na torcida, no momento da pesquisa – e amizades consolidadas de longa duração – quase todas ao menos com oito anos de duração. Percebemos que existe uma relação afetiva estabelecida entre eles, caracterizada por um alto nível de confiança e reciprocidade. A C33 estabelece, também, laços fracos – no sentido de Granovetter (1973) – com os demais torcedores remistas, o “fenômeno azul”, ou “nação azul” como um todo, o que significa dizer que, quando um torcedor assiste a uma partida de futebol ao lado de pessoas desconhecidas que, talvez, nunca mais encontrará, ele estabelece uma relação superficial, ou seja, um vínculo que não demanda intimidade para ser mantido. O objetivo, ali, é assistir ao jogo do Remo, no gramado, e, por isso, é uma relação efêmera, não necessitando de contato para ocorrer.

Buscamos compreender a experiência social tipificada de *torcer* por um time de futebol como uma experiência social sensível. Essa experiência social aglutina as pessoas mais diversas, conformando padrões sociais e comunicativos. Por exemplo, a agregação conjuntural desses torcedores numa arquibancada de estádio, em dia de jogo, encena, mais do que uma dada forma de espetáculo, processos de adensamento comunicativo das relações sociais. As arquibancadas se transformam, nesses momentos, em espaços aglutinadores de sujeitos das mais variadas classes sociais, etnias, faixas etárias, profissões e níveis de ensino interligados por um ideal que, no caso da observação realizada, é torcer pelo Clube do Remo.

Schutz (1996a) propõe que a maneira de se relacionar com o outro, de comunicar, interagir e partilhar conhecimento produz um processo de criação de tipos, isto é, um recurso de sedimentação do senso comum. Estruturamos o mundo “circunscrevendo as relações típicas entre sistemas de metas e sistemas intermediários”² (p. 102), estabelecendo relações entre tipos e relações típicas entre tipos.

Encontra-se aqui uma referência imediata à noção weberiana de tipo ideal (Weber, 2004), a qual se refere a uma construção mental e partilhada da realidade,

²No original: “circumscribing the typical relations between goal systems and intermediate systems among and between themselves”. Esta e demais traduções, dos autores.

um modelo abstrato que possibilita analisar o mundo da vida da maneira como ele se apresenta na própria vivência social. O tipo ideal constitui o alicerce da noção de tipificação. Como diz Schutz (1976a),

O homem tipifica, em alguma extensão, sua própria situação dentro do mundo social, bem como as relações que ele tem com seus semelhantes e com os objetos culturais. O conhecimento dessas tipificações e de seu uso adequado é um elemento inseparável da herança sociocultural transmitida às crianças por seus pais e professores e pelos pais de seus pais e professores de seus professores; ele é, portanto, socialmente derivado. A soma total dessas várias tipificações constitui um quadro de referência em cujos termos não apenas o mundo sociocultural, mas também o mundo físico é interpretado, um quadro que, a despeito de suas inconsistências e de sua opacidade inerente é suficientemente articulado e transparente para ser usado na resolução da maior parte dos problemas práticos³. (p. 233)

³No original: “man typifies to a certain extent his own situation within the social world and the various relations he has to his fellow-men and cultural objects. The knowledge of these typifications and of their appropriate use is an inseparable element of the sociocultural heritage handed down to the child by his parents and his teachers and the parents of his parents and the teachers of his teachers; it is, thus, socially derived. The sum total of these various typifications constitutes a frame of reference in terms of which not only the sociocultural, but also the physical world has to be interpreted, a frame of reference that, in spite of its inconsistencies and its inherent opaqueness, is nonetheless sufficiently integrated and transparent to be for solving most of the practical problems at hand”.

Em concordância com Schutz (2012), podemos dizer que são as tipificações que possibilitam a nossa relação com a realidade através de dimensões sensíveis e comunicativas da vida cotidiana, visto que é justamente da impossibilidade de conhecer o outro por inteiro que o tipo é criado. As tipificações interpretam práticas sociais e processos de interação e são tecidas em meio a discussões do dia a dia, independentemente do local, podendo ser o estádio de futebol, a fila do banco, a parada de ônibus, o espaço de refeições, praças, bares, salões de beleza ou ainda após a “pelada” no fim de semana. A atualidade do assunto, a polêmica ocasionada pela informação, o interesse que provoca nas pessoas, além do grau de conhecimento que cada indivíduo possui sobre o tema são itens determinantes para que uma temática seja, ou não, pertinente para um grupo social.

As tipificações são, também, transmitidas entre as gerações e fortalecidas pela memória coletivo-familiar à medida que a sociedade é levada a recorrer, constantemente, aos seus “estoques de conhecimento” para realizar escolhas e opinar sobre os mais variados assuntos, ainda que esse processo não ocorra de forma consciente. Schutz (2012) compreende que a vida social produz estoques e reservas da experiência tipificada. Isso significa que as experiências anteriores, sejam elas do próprio indivíduo, seja do grupo, sedimentam-se na memória social, constituindo-se como saberes práticos, aos quais o indivíduo recorre sempre que se confronta com novas realidades e eventos. Nesse horizonte, as vivências individuais são produzidas como experiências sociais, à medida que se relacionam com estoques e reservas de experiências análogas ou próximas, processo que se constitui como a própria intersubjetividade, pensada como fenômeno cultural e

contínuo por Schutz. De acordo com Schutz, os indivíduos recorrem cotidiana e permanentemente a esses estoques de conhecimento na sua vida prática.

O respeito à vivência do outro, seus conhecimentos e sua história de vida são fatores relevantes para a análise de processos intersubjetivos. Esses estoques são constituídos por categorias, originalmente aplicadas a aspectos da experiência. Por exemplo, ao sentar em uma roda de diálogo e iniciar uma discussão sobre a atuação violenta das barras bravas, provavelmente existirão diversas opiniões sobre o assunto. Alguns irão defender, outros criticar, mas independentemente de qual seja o posicionamento dos sujeitos, a argumentação falará muito sobre a experiência vivencial e as origens de cada um, isto é, aos estoques e reservas de experiência tematizados por Schutz (1979):

O mundo da vida cotidiana significará o mundo intersubjetivo que existia muito antes do nosso nascimento, vivenciado e interpretado por outros, nossos predecessores, como um mundo organizado. Ele se dá agora à nossa experiência e interpretação. Toda interpretação desse mundo se baseia num estoque de experiências anteriores dele, as nossas próprias experiências e aquelas que nos são transmitidas por nossos pais e professores, as quais, na forma de *conhecimento à mão* funcionam como um código de referência. (p. 72)

Conforme Schutz (2012), os sujeitos possuem uma memória-hábito das suas experiências no mundo da vida e o seu conhecimento do mundo, os saberes típicos, estão embasados nas reservas de experiência e estruturas de pertinência. Neste contexto, interpretar o processo de consolidação de um objeto transformado em prática social entre grupos, é o alicerce do processo de tipificação.

Para discutir processos cotidianos é necessário entender as tipificações a partir da sua perspectiva metodológica enquanto instrumento essencialmente fenomenológico e responsável por produzir socialmente o estar junto. Este processo está centrado na elaboração dos sentidos engendrados coletivamente e fabricados pelos diferentes grupos sociais sobre a maneira como ocorre a apropriação popular de um objeto, ideia e valor, a fim de torná-la senso comum dentro de um grupo social.

Tipificar é fazer uma comunhão de horizontes, ou seja, participar do entendimento do outro. É se colocar dentro de um processo intersubjetivo e produzir, de maneira coletiva, determinado afeto que tem um nome, por exemplo, a inveja ou ódio ao time do Paysandu, expressos pela Camisa 33 através da tipificação desse sentimento por meio de frases, conceitos, gestos, olhares e, por exemplo, da canção “Mucura, me diz o que tu sentes”⁴, criada por um torcedor e parte do repertório da torcida.

⁴Mucura é o nome popular que o Gambá recebe no Pará e é o apelido atribuído ao Paysandu pelos torcedores do Remo, em alusão, principalmente, ao líquido fétido produzido pelas glândulas axilares do animal. Em 2016, os bicolores criaram a marca Lobo, uma referência ao mascote do clube, pouco trabalhado pelo time. Diferente do rival que utiliza o Leão como símbolo.

As tipificações são processos fundamentais e em contínua transformação; por meio deles é que o homem conhece o mundo. Para existirem, é necessária a reprodução de um pensamento consolidado que gera, como afirma Maffesoli (2010), *liga social*. Assim, por exemplo, tanto o sentimento de “amor pelo time” que os une como o sentimento de “ódio” pelo time rival constituem formas intersubjetivas que tipificam a realidade e, assim, produzem coesão social.

As tipificações são sistemas sociocognitivos em que o saber cotidiano emerge nas relações entre diferentes indivíduos e tem a função de transformar o não familiar em algo familiar. Este processo varia de acordo com o sistema de relevâncias que tornam uma tipificação necessária à vida social. Schutz (2012) compreende por *sistemas de relevância* aquelas reservas de experiência que se destacam afetivamente na vida social, ganhando uma centralidade nos esforços do indivíduo para acessar estoques e reservas da experiência tipificada. As relações afetivas com o futebol, com o Remo ou com a própria torcida, por exemplo, constituem relações afetivas mais significativas no sistema de valores dos indivíduos referidos do que outros espaços, práticas e afazeres da sua vida social. Nesse sentido, eles se tornam sistemas de relevância, ou seja, espaços de sentido aos quais os sujeitos sociais observados nesta pesquisa dedicam mais atenção e cuidado. Essa afetividade se manifesta, por exemplo, por meio de uma maior atenção para com as reservas de experiências e os estoques de conhecimento acumulados, no seio do grupo, a respeito de sua experiência comum. Ao mesmo tempo, surge como uma intensificação dos vínculos intersubjetivos, por meio da intensificação dos atos comunicativos, das interações, da produção de correferências e do estabelecimento de um horizonte comum de interesses e afetos.

A noção de sistema de relevância é central na obra de Schutz, que considera que “o fenômeno básico da relevância . . . permeia a nossa existência, nossa vivência e a nossa experiência cognitiva”⁵ (Schutz, 1996b, p. 3). O sistema de relevância conforma a maneira como os indivíduos experienciam objetos e eventos ao seu redor, ou seja, na maneira como percebem, reconhecem, interpretam, conhecem e agem na vida cotidiana:

⁵No original: “the basic phenomenon of relevance . . . permeates our existing, our living and cognizing experience”.

⁶No original: “In so far as he is interested in knowledge of his social world, he organizes this knowledge not in terms of a scientific system but in terms of relevance to his actions. He groups the world around himself (as the center) as a field of domination and is therefore especially interested in that segment which is within his actual or potential reach”.

Na medida em que está interessado no conhecimento do seu mundo social, ele organiza este conhecimento não em termos de um sistema científico, mas da relevância das suas ações. Ele agrupa o mundo em volta de si (como um centro) como um campo de dominação e está interessado naqueles segmentos que se encontram ao seu alcance⁶. (Schutz, 1976b, p. 92-93)

Ideia essa que está no substrato da reflexão de Maffesoli (1996) sobre a *ética da estética*, ou seja, sobre a partilha do gosto sensível nos grupos sociais,

ou melhor, sobre como também a experiência social sensível é produzida a partir de sistemas de relevância. O conceito de ética de estética é proposto por Maffesoli (1998) para referir o processo de sociação (Simmel, 2006) por meio do qual a ação de experimentar algo conjuntamente com outras pessoas constitui um fator de socialização centrado num acordo (numa ética) de construção de horizontes sensíveis comuns. Na discussão de Maffesoli, experimentar junto emoções, comungar de valores semelhantes e partilhar experiências sensíveis constituem atos sociais centrados numa relação ética, ou seja, numa pactuação pelo estabelecimento de um horizonte comum de valoração de algo e de respeito pelo afeto sentido pelo outro.

Partindo de Schutz, Maffesoli (2010) discorre sobre como, numa tendência que parece caracterizar a contemporaneidade e a partir de sistemas de relevância, as emoções tendem a estar presentes nas ações e escolhas dos indivíduos. Essa experiência se encontra subjacente àquela descrita por um de nossos informantes na pesquisa, quando diz que,

É bem difícil exemplificar sentimento. Responder o que é amor pelo Remo é como tentar justificar o porquê eu respiro. O amor pelo meu time vai além do que se pode ilustrar. O amor pelo Remo faz com que eu esqueça, às vezes, que sou racional. O amor pelo Remo nos desequilibra e nos coloca no eixo em frações de milésimos de segundos. O amor pelo Remo nos torna pleno, certamente, sem o Remo, viveria a procura dessa plenitude. Se eu tivesse que definir isso, definiria o amor pelo Remo como sendo o que me move. (V. M.)

Quando está no estádio de futebol interagindo com os demais torcedores, o indivíduo canta, chora, sofre e comemora o placar juntamente com outros indivíduos que não conhece, mas com os quais comuta um horizonte sensível. Ainda que não seja estabelecido entre eles um vínculo para além daquele espaço, há a produção social de vínculos de afetividade produzidos dentro de um dado sistema de relevância.

Ao analisar os laços de afeto que envolvem os torcedores do Remo a partir de um olhar para espacialidade e corporeidade, objetivamos compreender as experiências vivenciadas pelos azulinos em sua cotidianidade e, portanto, práticas sociais do torcer que refletem a dimensão comunicacional do processo intersubjetivo.

O amor pelo Remo e a afetividade que envolve a torcida, bem como a necessidade de estar junto (Maffesoli, 1998) é o que os une e gera coesão social enquanto um sentir em comum, isto é, a partilha de ideais estéticos presentes na vida cotidiana dos torcedores nas arquibancadas. Não é só um jogo de futebol:

significa reencontrar amigos, familiares. Dividir emoções e afetos no estádio, empurrar o time e transformar as partidas em espetáculos e, para isso, a Camisa 33 utiliza adereços, instrumentos musicais e coreografias visando criar uma experiência audiovisual estimulante para impulsionar os jogadores.

A C33 utiliza elementos como chapéus de palha, faixas, bandeirolas, pinturas faciais e o ritmo musical carimbó para representar, na arquibancada, aquilo que eles classificam como o *ser paraense*. Segundo os torcedores, levar fatores culturais e históricos para a arquibancada é o grande diferencial da barra brava. A torcida tem como sua principal ideologia alentar, ou seja, empurrar o time de maneira incondicional: “acredita e canta que sai gol, porque nós somos o *dopping*” foi uma frase recorrente durante toda a pesquisa. O slogan “nós somos o *dopping*” é uma alusão ao objetivo da torcida que é estimular os jogadores sensorialmente e, assim, aumentar o desempenho dos atletas, uma espécie de *dopping* emocional.

O esporte carrega, em sua essência, a emoção e, por isso, constitui um campo privilegiado de acesso ao estudo da realidade social. É o que constatamos, por exemplo, no instante em que torcedores permitem-se dar vazão a suas emoções ao lado de alguém que nunca haviam visto antes e, talvez, nunca mais verão. A carga emotiva que envolve o futebol faz com que jogadores se sintam unidos a torcedores e existam, diante do outro, através dessas interações sociais.

É também o caso do torcedor G. B., que escreveu o seguinte numa das redes sociais do grupo observado: “Remo, eu te amo e não é só através do futebol. Tu me apresentaste as pessoas mais incríveis do Mundo, os meus amigos. Obrigado por existir, Leão”. São essas interações que provocam um modo de estar junto, ou seja, uma forma social e, portanto, estética. Como diz Maffesoli (2010),

De fato, há momentos em que, por uma espécie de impulso da base, percebe-se que a sociedade não é apenas um sistema mecânico de relações econômico, políticas ou sociais, mas um conjunto de relações interativas, feito de afetos, emoções, sensações que constituem, *stricto sensu*, o corpo social. (p. 12)

Neste sentido, a ética da estética significa o prazer e o desejo de estar junto sem a interposição de um cálculo racional. O relato da torcedora C. C. corrobora essa ideia e nos possibilita entender a importância da ética nas interações sociais cotidianas:

Cara, amar o Leão é uma coisa fora do normal eu, por exemplo, quando vejo alguém na rua com a camisa do remo dá vontade de abraçar, de falar, sei lá é automático, como se fosse família ou amigo mesmo sem nunca ter visto antes. A

gente vai abraçando mesmo na hora do gol, é uma alegria, uma emoção, sem falar no arrepio no corpo quando ouço o nosso hino, quando o leão entra em campo, sei lá, é diferente! Posso dizer que isso não existe em nenhum outro clube, é só nosso... Só os azulinos de verdade sabem desse sentimento.

Os fenômenos afetivos são de natureza intersubjetiva e isso implica dizer que estão diretamente relacionados com a qualidade das interações e relações entre sujeitos, enquanto experiências vivenciais. O afeto pode ser compreendido como “sentimento de apego e ternura, afeição, vontade” (Houaiss, 2000) e sinaliza uma relação dialógica, de reciprocidade estabelecida entre o afetar e o ser afetado e é sempre dirigido a algo ou alguém. Isso implica dizer que é necessária uma combinação entre estímulos racionais e afetivos para que se consiga compreender a complexidade das relações sociais. De acordo com Moran (1994):

O afetivo dinamiza as interações, as trocas, a busca, os resultados. Facilita a comunicação, toca os participantes, promove a união. O clima afetivo prende totalmente, envolve plenamente, multiplica as potencialidades. O homem contemporâneo, pela relação tão forte com os meios de comunicação e pela solidão da cidade grande, é muito sensível às formas de comunicação que enfatizam os apelos emocionais e afetivos mais do que os racionais (p. 43).

Para entender a dinâmica intersubjetiva existente nas sociedades complexas (Velho, 2009), bem como a construção dos afetos na contemporaneidade, faz-se necessário, entre outras coisas, compreender que vivenciamos um novo paradigma comunicacional – entrevistado por Muniz Sodré (2002) em sua discussão sobre o *bios* mediático – por meio do qual essa ética da partilha do sensível ganha densidade. Neste contexto, é necessário trazer para a discussão que a “contemporaneidade é da ordem da razão sensível, das emoções e dos afetos públicos” (Maffesoli, 2010, p. 61). Com o conceito de *razão sensível*, Maffesoli (1998) deseja introduzir uma reflexão sobre a valoração – a seu ver, presente na sociedade contemporânea – dos processos sociais sensíveis e da subjetividade. Acredita esse autor que elementos antes considerados secundários na compreensão do real passam a ser melhor aceitos no horizonte de uma transformação social marcada pelo questionamento da razão “moderna”. Dentre esses elementos estão a valorização da afetividade, da experiência sensorial e o questionamento do produtivismo, da objetividade e do cálculo racional como elementos que estabelecem os parâmetros da racionalidade.

A afetividade e a comunicação do sensível são dimensões essenciais para que a interação social, particularmente nos tempos presentes, seja estabelecida.

Os torcedores que frequentam, no caso desta pesquisa, o estádio de futebol, estabelecem interações dos mais variados tipos e escalas de intensidade, e o jogo do Clube do Remo atua como viabilizador destes relacionamentos afetivos, além de ser potencializador de vínculos sociais no que tange à interação entre as pessoas, isto é, a socialidade entre os torcedores. É o que percebemos por intermédio do depoimento de B. N.:

O que a C33 representa pra mim? A barra hoje é metade da minha vida, a outra metade é o Remo. Aqui que fiz meus amigos, aqui resolvi meus problemas, aqui chorei, aqui sorri. No momento eu não me vejo em outro lugar na bancada que não seja na barra.

Para a torcedora I. C., bacharel em direito, a torcida Camisa 33 possui uma representatividade em sua vida que foi tipificada por meio dos termos família e amizade:

Hoje é praticamente outra família, formada por um elo chamado Clube do Remo. Conhecemos pessoas, criamos amigos e aprendemos com as mesmas sendo positivamente ou negativamente. De início decidimos, acredito que assim como eu, a maioria das pessoas entra com o intuito de torcer e apoiar o Remo, mas depois de um tempo você começa a entender o sentido de toda a ideologia. A Barra é como se fosse uma aula de regionalidade, tu aprendes a amar tuas raízes desde cantar o hino do teu Estado até um ato mais simples que seja como usar um chapéu cabano.

Opinião que é corroborada pelo remista G. L., estudante de educação física e que tipifica a Camisa 33 como extensão da sua família:

Por mais clichê que seja desde quando cheguei fui super bem recebido, acolhido como se fosse um irmão que estava perdido pelas torcidas comuns do lado A. Eu me adaptei logo à sua ideologia, então, trouxe isso pra minha vida, por completo. Tenho irmãos e irmãs ali, desde o novato, até o pessoal que está desde a 1ª reunião da Barra, aliás, devias conversar com essa galera, vai saber coisas bem legais pro teu TCC. Não digo que não consigo viver sem a Camisa 33, mas não quero viver sem a Camisa 33. Amo essa torcida, e graças a ela, aquele amor que foi plantado pelo meu avô, na primeira vez que ele me levou ao Baenão, quando tinha quatro ou cinco anos, se fortaleceu.

Esses depoimentos possibilitaram entender o significado que a Camisa 33 tem para seus membros como uma tipificação das formas de pertencimento a um grupo. Schutz (2012) considera que o sistema de tipificações e relevâncias

forma uma concepção relativamente natural do mundo que é compartilhada: “aqui os membros estão ‘em casa’, isto é, encontram seu caminho sem dificuldades, guiados por um conjunto de hábitos mais ou menos institucionalizados, costumes, normas e etc., que o ajudam a interagir com os semelhantes que pertencem à mesma situação” (p. 95).

A análise dos processos socioculturais intersubjetivos com o objetivo de compreender como se configuram as relações de poder, vigilância, controle e correções na tentativa de regular o torcer, em vários episódios, punindo (Foucault, 1993, 2002, 2010) quem discorda da regulação do grupo interno (Schutz, 2012) possibilitou analisar fenomenologicamente, também, o sistema de classificações (Lévi-Strauss, 1971) definido pelo conselho da torcida, constituído majoritariamente por homens, classe média, heterossexuais, jovens e universitários, que divide os torcedores em mais ou menos remistas ou, ainda, “remistas de verdade” e “pessoas que entendem de futebol”, à medida que torçam apenas para o Remo, isto é, tenham o clube como seu único time. Isso nos possibilitou pensar, ainda, sobre os marcadores sociais da diferença, bem como, os sistemas de prestígio existentes nessa classificação. Seriam os torcedores mistos menos remistas? Essa divisão gera diversas tensões nos jogos e intervalos das partidas. A Camisa 33 tem a prática de entoar o grito: “Jogo do leão, camisa do leão” objetivando fazer com que qualquer torcedor que estiver com a camisa de um outro clube retire-a ou troque de lugar. O fato já teve diversos desdobramentos, gerando, inclusive, agressão física e xingamentos.

Durante a observação participante escutamos, também, relatos que evidenciam as tensões, conflitos e agências, principalmente, protagonizadas por mulheres-torcedoras em um espaço eminentemente masculino-heterossexual, sendo possível analisar de que maneira ele está sendo modificado pela agência dessas torcedoras que se organizam contra formas de opressão, assédio e de discriminação. Dessa forma, analisar os processos de socialidade das mulheres-torcedoras para além do estádio de futebol com o objetivo de compreender o que significa torcer nesses espaços foi importante para a pesquisa. O teste cotidiano a que uma mulher-torcedora é submetida, para as interlocutoras, mostra todo o machismo que ainda faz parte do futebol, ao lembrar que aquele não é o lugar delas. Esses relatos nos possibilitaram discorrer sobre o que diz Ortner (1996), para quem gênero “é, ele próprio, um sistema de prestígio – um sistema de discursos e práticas que constroem masculinidades e feminilidades não somente em termos de papéis diferenciais e significados, mas também em termos de valor diferencial, prestígio diferencial” (p.143).

As relações sociais, como também a própria cultura, estão fundamentadas sob uma base afetiva, e é justamente por meio dos afetos que os indivíduos expressam a sua cultura. Neste sentido, inclusive, podemos compreender a

necessidade das marcas, empresas, clubes de futebol e jogadores se (re)adequarem para comunicar sentido com este indivíduo que, na contemporaneidade, está fundamentado em uma razão sensível. ■

REFERÊNCIAS

- Alabarces, P. (2005). *Hinchadas*. Prometeo.
- Clifford, J. (1998). Sobre a alegoria etnográfica. In J. Clifford, *A experiência etnográfica: Antropologia e literatura no século XX* (pp. 63-99). Ed. UFRJ.
- Clifford, J., & Marcus, G. E. (1986). *Writing culture: The poetics and politics of ethnography*. University of California Press.
- Costa, F. (2007). *Enciclopédia do futebol paraense* (4ª ed.). Cabano.
- DaMatta, R. (1978). O ofício de etnólogo, ou como ter “anthropological blues”. In E. O. Nunes (Org.), *A aventura sociológica* (pp. 23-35). Zahar Editores.
- DaMatta, R. (1982). *Universo do futebol: Esporte e sociedade brasileira*. Pinakothek.
- Damo, A. (2005). *Dom à profissão: Uma etnografia do futebol de espetáculo a partir da formação de jogadores no Brasil e França* [Tese de doutorado, Universidade Federal do Rio Grande do Sul]. Repositório digital da UFRGS. <https://bit.ly/2GaQ8SX>
- Elias, N., & Dunning, E. (1985). *The quest for excitement*. Blackwell.
- Foucault, M. (1993). *A vontade de saber: História da sexualidade* (Vol. I). Graal.
- Foucault, M. (2002). *A ordem do discurso* (8ª ed.). Edições Loyola.
- Foucault, M. (2010). *Vigiar e punir*. Petrópolis.
- Gastaldo, E. (2014). Estudos sociais do esporte: Vicissitudes e possibilidades de um campo em formação. *Logos: Comunicação & Universidade*, 17(2), 6-15. <http://www.doi.org/10.12957/logos.2010.853>
- Geertz, C. (1989). *A interpretação das culturas*. LTC.
- Granovetter, M. (1973). The strength of weak ties. *American Journal of Sociology*, 78(6), 1930-1938. <https://doi.org/10.1086/225469>
- Hanks, W. F. (2013). Counterparts: Copresence and ritual intersubjectivity. *Language and Communication*, 33(3), 263-277. <https://doi.org/10.1016/j.langcom.2013.07.001>
- Houaiss, A. (2000). *Dicionário Houaiss da língua portuguesa*. Objetiva.
- Lévi-Strauss, C. (1971). Introducción a la obra de Marcel Mauss. In M. Mauss, *Sociologia y antropologia* (pp. 13-42). Editorial Tecnos.
- Maffesoli, M. (1996). *No fundo das aparências*. Vozes.
- Maffesoli, M. (1998). *Elogio da razão sensível*. Vozes.
- Maffesoli, M. (2003). *O conhecimento comum: Compêndio de sociologia compreensiva*. Brasiliense.

- Maffesoli, M. (2010). *No fundo das aparências*. Vozes.
- Moran, J. M. (1994). Interferências dos meios de comunicação no nosso conhecimento. *Intercom - Revista Brasileira de Comunicação*, 17(2), 38-49. <https://bit.ly/2QydCmZ>
- Ortner, B. (1996). *Making gender: The politics and erotics of culture*. Beacon Press.
- Palhares, M. F. S., Cabrera, N., & Schwartz, G. M. (2014). Notes for a comparative study between football fan groups from Brazil (torcidas organizadas) and Argentina (hinchadas). *Movimento*, 20(Esp.), 163-176. <https://bit.ly/2YMtYN5>
- Peirano, M. (1995). *A favor da etnografia*. Relume-Dumará.
- Schutz, A. (1967). *The phenomenology of the social world*. Northwestern University Press.
- Schutz, A. (1976a). Equality and the social meaning structure. An essay in social psychology. In A. Schutz, *Collected Papers* (Vol. II) (pp. 226-273). Martinus Nijhoff.
- Schutz, A. (1976b). The stranger: An essay in social psychology. In A. Schutz, *Collected Papers* (Vol. II) (pp. 91-105). Martinus Nijhoff.
- Schutz, A. (1978). *Phenomenology and sociology*. Penguin Books.
- Schutz, A. (1979). *Fenomenologia e relações sociais*. Zahar.
- Schutz, A. (1996a). Political economy: Human conduct in social life. In A. Schutz, *Collected Papers* (Vol. IV) (pp. 93-105). Kluwer Academic Publishers.
- Schutz, A. (1996b). Outline of a theory of relevance. In A. Schutz, *Collected Papers* (Vol. IV) (pp. 3-5). Kluwer Academic Publishers.
- Schutz, A. (2012). *Sobre fenomenologia e relações sociais*. Vozes.
- Simmel (1983). *O problema da sociologia*. Ática.
- Simmel, G. (1999). *Sociologie: Etudes sur les formes de lasocialization*. Presses Universitaires de France.
- Simmel, G. (2006). *Questões fundamentais da sociologia*. Zahar.
- Sodré, M. (2002) *Antropológica do espelho: Uma teoria da comunicação linear e em rede*. Vozes.
- Velho, G. (2009). Urban anthropology interdisciplinarity and boundaries of knowledge. *Vibrant*, 8(2), 452-479. <https://doi.org/10.1590/S1809-43412011000200023>
- Weber, M. (2004). *Economia e sociedade: Fundamentos da sociologia compreensiva* (Vol. 1.). UnB/Imprensa Oficial do Estado de São Paulo.

Artigo recebido em 02 de julho de 2019 e aprovado em 06 de agosto de 2020.