

## A RELAÇÃO DO ESPETÁCULO ESPORTIVO COM O PROCESSO DE FETICHE\*

**Bruno Beloli Milioli<sup>1</sup>**

*bruno.milioli@gmail.com*

**Bruno Dandolini Colombo<sup>2</sup>**

*bruno@unesc.net*

**Patricia Laura Torriglia<sup>3</sup>**

*patrilaura@gmail.com*

**Vidalcir Ortigara<sup>2</sup>**

*vdo@unesc.com.br*

**<sup>1</sup>Escola Superior de Criciúma (ESUCRI)**

**<sup>2</sup>Universidade do Extremo Sul Catarinense (UNESC)**

**<sup>3</sup>Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)**

### RESUMO

O objetivo desta pesquisa foi compreender a possível relação entre o esporte – como esporte espetacularizado – e o processo de fetiche. Trata-se de uma análise teórico-bibliográfica da estrutura da troca de mercadorias e suas inter-relações com o sistema esportivo espetacularizado. Os resultados sinalizam que o esporte, subsumido à lógica capitalista, conduz os produtores do espetáculo esportivo ao movimento de estranhamento, reificação e fetiche.

### PALAVRAS-CHAVE

*Espectáculo Esportivo; Ideologia; Fetichismo da Mercadoria.*

### INTRODUÇÃO

A pesquisa dirigiu-se ao tema da possível relação do esporte, no contexto atual compreendido como esporte espetacularizado, com o processo de fetiche. A proposta surgiu de questionamentos e inquietações proporcionados no decorrer do Curso de Graduação de Licenciatura em Educação Física, concomitantemente à Iniciação Científica<sup>1</sup>, e para tal foi relevante o processo de refinamento e aprofundamento teórico realizado, sobretudo, nas reuniões do Grupo de Estudos e Pesquisas em Ontologia Crítica (GEPOC) e do Grupo de Estudos e Pesquisa em Educação Física e Escola: conhecimento e intervenção (GEPEFE).

É recorrente a ideia de que o esporte promove benefícios à saúde e à qualidade de vida, influencia no comportamento da sociedade modificando seus hábitos e costumes. O esporte pode servir como simples

\* O presente trabalho teve como fonte financiadora a Diretoria de Pós-graduação e Pesquisa da UNESC. Edital: 118/2018.



passatempo, como também atrai e fascina apreciadores e torcedores fanáticos, sendo que a mercadorização do *esporte espetáculo* midiaticizada possibilitou torná-lo um fenômeno global que *unifica e influencia* a vida cotidiana dos sujeitos.

Mediante o fanatismo exacerbado o espetáculo ganha caráter positivo, que a mídia consecutivamente faz emergir, reforçando a mercadorização espetacular do esporte. Nesse sentido, o que pode representar desenvolvimento da humanidade enquanto produção cultural, no capital é visto como uma manifestação que afasta os homens da possibilidade de elevação da consciência.

O espetáculo em geral, como inversão concreta da vida, é o movimento autônomo não vivo que produz uma visão inversa do real, repercutindo na imobilidade dos indivíduos ante os conflitos sociais, na desmobilização política e na união dos laços humanos reduzidos à exaltação das mercadorias e do direito à propriedade privada.

Nessa perspectiva, defendemos o argumento de que o espetáculo esportivo pode caracterizar um processo de estranhamento como *degradação da vida cotidiana* entre o “ter” e o “ser”, refletindo no empobrecimento da vida, na fragmentação e separação dos sujeitos, bem como na perda do aspecto unitário da sociedade. Desse modo, o espetáculo esportivo consiste na ilusão da recomposição da totalidade na forma de imagens.

Sobre a função do espetáculo, Jappe (2008, p.19, grifo do autor) adverte que este necessita

falsificar a realidade a tal ponto que (...), no mundo *realmente invertido*, o verdadeiro é um momento do falso. Todo poder precisa da mentira para governar, mas o espetáculo, sendo poder mais desenvolvido que já existiu, é também o mais mentiroso. Até porque é também o mais supérfluo, e consequentemente o menos justificável.

Reconhecer o espetáculo esportivo na sociedade significa reconhecer seu poder na dinâmica da luta de classes e sua participação no reino das mercadorias, uma vez que sua imediatividade como núcleo isolado potencializa a esfera econômica: “O valor de troca, *condottiere* do valor de uso” (DEBORD, 1997, p. 33).

Assim sendo, nossa intenção é expressar a relação entre a espetacularização e o fetichismo do esporte. Para isso, no decorrer da reflexão lançamos mão de comentaristas das obras marxianas e lukacianas que nos auxiliam na compreensão do objeto de estudo. Partindo dessa premissa, buscamos compreender alguns nexos e conexões do capital, isto é, compreender a estrutura da sociedade capitalista pautada na troca de mercadorias e suas inter-relações com o sistema esportivo espetacular. Por isso, a pergunta que se coloca é se há relação entre o esporte espetáculo no seu processo de mercadorização e o fetiche do esporte não mais tomado em si.

Além disso, as relações econômicas estabelecem relações sociais que se aprofundam na vida cotidiana do sistema esportivo, influenciando nas formas de controle político e ideológico. O esporte torna-se um instrumento poderoso de manipulação que confunde a compreensão verossímil do real de acordo com os interesses hegemônicos.

## A FETICHIZAÇÃO DO ESPETÁCULO ESPORTIVO

Sabe-se que o espetáculo esportivo no modo de produção atual é a confirmação da aparência da vida humana que, como simples aparência, converte o mundo real em imagens e as imagens se transformam em seres reais. Por conseguinte, a função dos espetáculos esportivos no mundo mercantil, subordinados à lógica do capital, é desenvolver, restabelecer a unidade como pseudomundo através da mediação de imagens, isto é, recompor a vida cotidiana que se perdeu sobre relações fetichizadas (DEBORD, 1997).

O espetáculo, de acordo com Debord, é a realidade social captada pelo poder espetacular a serviço dos seus próprios fins, e neste processo efetivamente ocorre a inversão, isto é, a imagem se torna real e o real converte-se em imagem falsificada. Dessa forma, o espetáculo se torna instrumento de dominação social. O espetáculo não reflete, nas palavras de Jappe (2008, p. 18-19), “... a sociedade no seu conjunto, mas



estrutura as imagens segundo os interesses de uma parte da sociedade, produzindo as suas consequências sobre a atividade real dos quais contemplam as imagens”.

Nesse contexto, o espetáculo esportivo é um instrumento de unificação que produz a visão de mundo e dita o modo de funcionamento social dos sujeitos descartáveis no processo crescente de automatização das forças produtivas. O espetáculo esportivo atua como meio de dominação social, como forma de afirmação das alternativas de consumo aparente do modo capitalista de produzir a vida, isto é, atua a favor e como consequência deste.

Considerando que a influência exercida pelo espetáculo esportivo condiciona a reintegração do espectador fragmentado e, portanto, passivo no consumo, percebemos que o fluxo de imagens arrasta os indivíduos a agir no mundo de acordo com o interesse de outros (LUKÁCS, 2013).

A não compreensão do atleta trabalhador como produtor do espetáculo esportivo não é nada mais do que a própria forma fetichizada em que as pessoas se encontram ao alimentar o crescimento do consumo exacerbado daquilo que se produz. Nessas circunstâncias o espectador passivo não questiona, nem mesmo duvida das imagens que recebe. A consciência humana e a capacidade de pensar permanecem subordinadas ao conjunto de influências do espetáculo que manipulam os cérebros junto às imagens positivas veiculadas pelos meios de comunicação de massa. Pontuamos que este é um dos fatores que desvinculam os sujeitos de sua própria história e interfere diretamente no modo de pensar e agir.

No movimento de degradação da vida social em que a propriedade privada está acima da própria existência humana, o reconhecimento dos sujeitos transcorre por meio da mercadoria que possuem, o *parecer* é reverenciado no processo pelo qual a vida autêntica se transformou em ilusão.

O espetáculo esportivo, nesse formato, faz as coisas parecerem diferentes do que são realmente. A redução da imagem e a degradação do ser em ter, do ter para o parecer é o momento visível da tendência social para abstração que constitui o espetáculo na sua forma concreta. Esse é o princípio semelhante ao que Marx (2013) expressa de que a aparência da mercadoria é mais significativa que o próprio valor de uso.

Na sociedade vigente o produto do trabalho se obtém mediante a troca de produtos na forma mercadoria. Esse tipo de organização social, como explica Marx (2013), trava relações sociais indiretas entre os indivíduos, isto é, os homens são produtores independentes e separados entre si, sua relação é estritamente por intermédio dos produtos de seu trabalho. Nas palavras de Marx (2013, p. 148),

A forma-mercadoria e a relação de valor dos produtos do trabalho em que ela se representa não tem, ao contrário, absolutamente nada a ver com sua natureza física e com as relações materiais [dinglinchen] que dela resultam. É apenas uma relação social determinada entre os próprios homens que aqui assume, para eles, a forma fantasmagórica de uma relação entre coisas. Desse modo, para encontrarmos uma analogia, temos de nos refugiar na região nebulosa do mundo religioso. Aqui, os produtos do cérebro humano parecem dotados de vida própria, como figuras independentes que travam relação umas com as outras e com os homens. Assim se apresentam, no mundo das mercadorias, os produtos da mão humana. A isso eu chamo de fetichismo, que se cola aos produtos do trabalho tão logo eles são produzidos como mercadorias e que, por isso, é indispensável da produção de mercadorias.

O espetáculo esportivo como forma mercadoria é a projeção do poder humano sobre aqueles que o produziram subtraídos pelo poder de não reconhecer a criatura gerada por eles mesmos. Nesse aspecto, a aparência fantasmagórica do espetáculo esportivo carrega potencial de exercer o consumo sem mediação, criado pelo fetiche do sentimento de emoção e vibração pelo prazer ofertado pela mercadoria, isto é, a tirania moderna do conjunto de imagem espetacular exerce a hipnose que não expressa a abstração que opera a forma mercadoria (BEDESCHI, 1972; JAPPE, 2014).

O processo de reificação em que os indivíduos são transformados à mera coisa e colocados em movimento como mercadorias com propriedades independentes que impõem o domínio do homem, segundo Lukács (2013), somente pode ser superado com a consciência de que a força de trabalho do trabalhador é uma mercadoria, o mesmo pode desvendar o caráter de fetiche nas relações do capital.



## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com intenção de compreendermos a possível relação entre esporte como espetáculo e o processo de fetiche, tornou-se necessário analisar alguns aspectos da dinâmica do sistema capitalista em que o esporte se encontra inserido. Para isso, realizamos algumas apreciações com autores que analisam as categorias mercadoria e fetiche, a fim de entender como o espetáculo esportivo se constitui e está submetido à forma mercadoria. Nesse sentido, desenvolvemos uma pesquisa que, no seu processo, permitiu-nos as conclusões que relacionamos a seguir.

Compreendemos que o esporte espetacularizado conduz à degradação da vida cotidiana pelo empobrecimento, pela fragmentação e pela separação dos indivíduos ao falsificar a realidade por meio do acesso imediato a imagens personificadas. Nessas circunstâncias, o espetáculo esportivo apresenta insuficiente possibilidade de contribuir para a formação multilateral dos sujeitos.

Verificamos que os autores compreendem o esporte como um grande negócio de investimento submetido aos ditames capitalistas. Nas obras estudadas, a característica que mais se apresenta é a sua mercadorização, transformação em espetáculo, isto é, objeto de consumo. Nessas condições, a mercadoria peculiar se manifesta em forma de alegria que fascina e seduz as multidões de torcedores com finalidades determinadas pelo modelo de sociedade em que nos encontramos. O espetáculo esportivo, no formato de produção e consumo atual, não contribui para uma sociedade equânime, visto que suas finalidades são a obtenção de lucro mediante a esfera econômica, a intensificação do trabalho estranhado, os desvios ideológicos, a compensação psíquica dos trabalhadores que garantem a conservação da sociedade.

## THE RELATIONSHIP OF THE SPORTIVE SHOW WITH THE FETISH PROCESS

### ABSTRACT

The objective of this research was to understand the possible relationship between sport - as a spectacular sport - and the fetish process. It is a theoretical-bibliographic analysis of the structure of the exchange of goods and their interrelations with the spectacularized sports system. The results indicate that the sport, subsumed to the capitalist logic, leads the producers of the sport spectacle to the movement of estrangement, reification and fetish.

**KEYWORDS:** *Sports Show; Ideology; Fetishism of Merchandise.*

## LA RELACIÓN DEL ESPECTÁCULO DEPORTIVO CON EL PROCESO DE FETICHE

### RESUMEN

El objetivo de esta investigación fue comprender la posible relación entre el deporte - como deporte espectacular - y el proceso de fetiche. Se trata de un análisis teórico-bibliográfico de la estructura del intercambio de mercancías y sus interrelaciones con el sistema deportivo espectacular. Los resultados señalan que el deporte, subsumido a la lógica capitalista, conduce a los productores del espectáculo deportivo al movimiento de extrañamiento, reificación y fetiche.

**PALABRAS CLAVE:** *Espectáculo Deportivo; Ideología; Fetichismo de la Mercancía.*



## REFERÊNCIAS

BEDESCHI, G. *Alienación y fetichismo en el pensamiento de Marx*. Corazon, 1972.

DEBORD, G. *A Sociedade do Espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

JAPPE, A. *Guy Debord*. Lisboa: Antígona, 2008.

LUKÁCS, G. *Para uma ontologia do ser social II*. São Paulo, Brasil: Boitempo, 2013.

MARX, K. *O capital: crítica da economia política: Livro I: o processo de produção do capital*. São Paulo: Boitempo, 2013.

