

CONSUMO DE VESTUÁRIO ESPORTIVO: A RESSIGNIFICAÇÃO DA CAMISA CELESTE DO GRÊMIO FBPA

Consumption of sports clothing: the resignification of the celeste shirt of the Grêmio FBPA

Silveira, Laiana Pereira da; Doutoranda em Memória Social e Patrimônio Cultural;
Universidade Federal de Pelotas, laianasilveira@gmail.com¹

Michelon, Francisca Ferreira; Doutora em História; Universidade Federal de Pelotas,
fmichelon.ufpel@gmail.com²

RESUMO


O vestuário e o futebol possuem diversos aspectos em comum, entre eles o poder. A forma como angariam seguidores ao longo dos anos também é um ponto em comum, e ambos estão enraizados na cultura do país. Dito isso, o presente estudo é um recorte da pesquisa de doutorado que investiga os processos memoriais e identitário a partir do vestuário esportivo do Grêmio FBPA.

Visivelmente, o vestuário participa dos processos de formação cultural, trazendo informações sobre o sujeito, cultura de origem e prática de consumo (MILLER, 2013). Sendo também um meio de comunicação visual e uma forma achada pelo sujeito para usar o ato de *vestir* como ato de significação perante a sociedade (BARTHES, 2005). Vindo ao encontro do futebol, o uso do vestuário transcende a barreira do individual e demonstra como o sujeito está incluído em um coletivo. E aqui, consumo, cultura e pertencimento estão interligados através da emoção e da paixão do torcedor.

Portanto, através do levantamento documental e dos dados publicados no site do clube, acompanha-se um fenômeno que está em movimento: a resignificação da terceira camisa do uniforme do Grêmio – a celeste. Para isso, pensaremos a partir da perspectiva multidisciplinar de Rubim, ao destacar os novos processos na cultura contemporânea, onde ele apresenta a culturalização da mercadoria, evidenciando “o crescente papel de componentes simbólicos na determinação do valor das mercadorias” (2007, p. 5), entre esses componentes, para observar

¹ Doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Memória Social e Patrimônio Cultural (UFPEL). Bolsista DS - CAPES. Mestre em Memória Social e Patrimônio Cultural (UFPEL). Graduada em Design de Moda (IFSUL).

² Doutora em História (PUCRS). Mestre em Artes Visuais (UFRGS). Graduada em Licenciatura Plena Em Educação Artística (UFPEL). Docente permanente na Universidade Federal de Pelotas.



o caso em específico, pode-se pensar na contratação mais importante do clube neste ano, um jogador uruguaio, fator determinante na ressignificação da camisa.

Rubim reforça a influência da cultura em diversas esferas, como, “produtos, comportamentos, estilos de vida” (2007, p. 5). Influenciados pela contratação de um jogador, pode-se cogitar que a cultura do futebol, alimentada pela emoção³, e na expectativa de um futuro positivo, guiaram as práticas de consumo da torcida. E em um curto período de tempo, a camisa celeste teve um pico em suas vendas e o produto esteve esgotado por um período.

Logo, a pesquisa propõe observar as influências nas práticas de consumo, considerando a torcida do Grêmio, e apreciando a ligação de fatores históricos. Fundamentado no aspecto de vestuário enquanto fenômeno social (HOLLANDER, 1996) e na ideia de que os sujeitos fazem parte das mudanças e evoluções culturais a partir do consumo.

Palavras-chave: torcida; futebol; consumidor; coletividade.

³ Referido por Leão em seus estudos, onde ele observa os fãs da NFL como consumidores singulares, “caracterizados pela intensidade de envolvimento intelectual e emocional que possuem com os produtos que admiram” (2020, p. 597).

