

Filipe Starling Bambirra

**MULHER E FUTEBOL:
UMA ANÁLISE DO AUTODISCURSO POR MEIO DE SITES DE
RELACIONAMENTO NA INTERNET**

**Universidade Federal de Minas Gerais
2010**

Filipe Starling Bambirra

**MULHER E FUTEBOL:
UMA ANÁLISE DO AUTODISCURSO POR MEIO DE SITES DE
RELACIONAMENTO NA INTERNET**

Monografia apresentada ao Departamento de Educação Física da Escola de Educação Física, Fisioterapia e Terapia Ocupacional da Universidade Federal de Minas Gerais como requisito parcial para obtenção do título de Licenciado em Educação Física.

**Universidade Federal de Minas Gerais
Belo Horizonte
2010**

Agradecimentos

Agradeço ao professor Alexandre Paolucci pelo apoio dado para o desenvolvimento e conclusão dessa pesquisa.

À Universidade Federal de Minas Gerais pelos grandes profissionais que compõem seu quadro de funcionários.

À minha família por estar SEMPRE presente. Por nunca ter duvidado.

Aos amigos por fazerem esse caminhar mais interessante.

Ao EU+10 por ter feito valer a pena.

Obrigada a todos!

**Um País que encontrou no futebol a sua melhor tradução,
fazendo dele uma de suas maiores expressões. (Jocimar
Daólio)**

Resumo

A internet se popularizou e o seu acesso vem sendo democratizado com grande rapidez no Brasil. Entre os *sites* mais utilizados pelos brasileiros está o Orkut, com os seus incontáveis membros, comunidades e possibilidades. Uma dessas possibilidades é problematizar as questões de gênero relacionadas ao futebol. Essa monografia objetivou analisar o discurso que as torcedoras possuem sobre si próprias por meio das comunidades do Orkut. Foi percebido que o ethos masculino mantém-se como padrão definidor do que é ser torcedor. Contudo tentativas de subversão da ordem imposta foi identificada durante todo esse trabalho. Assim, concluiu-se que o discurso das torcedoras de futebol é marcado por contradições. Ora vê-se uma postura conformada diante dos valores elegidos e consolidados na sociedade, ora um discurso que tenta abrir caminhos para a valorização de um torcer a partir da referência do ser mulher, das mais variadas formas de vivenciar a feminilidade e o futebol.

Palavras-chave: Internet. Futebol. Torcer. Gênero.

SUMÁRIO

Introdução	07
Objetivo	12
Objetivos específicos	12
Procedimentos metodológicos	13
Os discursos presentes nas comunidades	15
Considerações	24
Referências	26

:: INTRODUÇÃO

“Observa-se que, desde o nascimento, meninas e meninos são submetidos a um tratamento diferenciado que lhes ensina os comportamentos e emoções ‘adequados’ e ‘aprovados socialmente’ ao seu sexo” (Pereira e Mourão, 2005).

Para as meninas, rosa. Para os meninos, azul. Para elas, bonecas. Para eles, bolas e carrinhos. Para mulheres, balé. Para homens, futebol.

O olhar desatento, ao ler as duas linhas acima, não se incomodaria. Mas esse olhar desatento é também viciado, treinado. Desde pequenos aprendemos a conviver com essas dicotomias e poucas vezes somos chamados a refletir sobre elas. Por que rosa e por que azul? Por que balé e futebol? Por que ligamos cores, esportes, gestos, condutas, brinquedos... a determinados gêneros?

Durante toda a história da humanidade diversas relações e papéis sociais foram sendo forjados. A definição hegemônica do que é ser mulher e o que é ser homem nem sempre foi a mesma. Ideias e ideais de masculinidade e feminilidade se confrontaram durante o tempo até culminarem nos padrões de comportamento que são, hoje, socialmente aceitos. Nas palavras de Sampaio (2008) “... não há sociedade que não elabore imagens vinculadas ao masculino e ao feminino e essas construções são datadas e contextualizadas.”

Contudo, apesar de sensíveis alterações, percebe-se que de uma maneira geral, historicamente a mulher é vista como o ser dotado de fragilidades e com um lado sensível mais a florado. Aos homens, ao contrário, são atribuídas características como força, virilidade e destaca-se o seu racionalismo. Estes preconceitos de gêneros foram perpetuados e conduzem os nossos olhares. Nesse processo de perpetuação, “diferenças socialmente construídas acabam sendo consideradas naturais, inscritas no biológico e legitimadoras de uma relação de dominação” (Sousa e Altmann, 1999).

Constatar esse fato não significa dizer que não há reflexão sobre a relação de gênero. Antes pelo contrário, esse campo de estudos encontra-se consolidado e cada vez mais passa a estudar diferentes temáticas a partir das lentes das relações de gênero.

Falar de gênero é, antes de tudo, falar de pré-conceitos e estereótipos. Estereótipos que são “construídos e veiculados na vida de cada um de nós através dos meios de comunicação de massa, da escola, da igreja, da família, do partido político, etc”. (Goellner, 2000, p. 82).

“Etimologicamente, a palavra estereótipo é formada pelo termo grego estéreo que significa ‘sólido ou rígido’, e pelo igualmente grego typos, através do latim tipuos, que significa impressão, figura, imagem, forma ou modelo” (Romero, apud Pereira e Mourão, idem)

Uma das preocupações desse estudo é debater um dos primeiros estereótipos que nos vem à mente ao se falar de gênero. Gênero não é categoria dual e sim plural. Dessa forma, o fato de nascermos do sexo feminino ou do sexo masculino não nos liga, necessariamente ao gênero feminino ou masculino. Também não há uma única forma de ser mulher e nem de ser homem, pois não há apenas duas formas de expressão de identidades. Logo, neste estudo, há de se falar de feminilidades, no plural, de diferentes maneiras de ser mulher. Irá se falar também, ainda que de forma menos aprofundada, de masculinidades, pois é na relação com o outro que são formadas as identidades culturais.

Logo, pensar na categoria gênero é pensar em historicidade, uma vez que as relações sociais são construídas e ressignificadas em cada contexto. Segundo Scott (1995, p. 89), estudar uma temática a partir de tal categoria “fornece um meio de decodificar o significado e de compreender as complexas conexões entre várias formas de interação humana”.

Foi a partir dessa reflexão, que surgiu a idéia de estudar as relações de gênero dentro da temática do futebol.

Se pensarmos na figura de um torcedor, provavelmente nos virá à mente a imagem de um homem, jovem, que vibra com o time e que entoia os mais diferentes hinos e cantos. Mas e se pensarmos em uma mulher? Teríamos uma imagem masculinizada? Interessada apenas nos atributos físicos dos jogadores? Seria então uma torcedora leiga? Quaisquer que sejam esses pensamentos, a maioria estará fortemente marcada pelas nossas pré-concepções do ser mulher e do ser homem, do ser torcedora e do ser torcedor.

O futebol é um dos meios pelo qual a identidade brasileira se expressa, portanto, não podemos restringi-lo ao universo masculino, pois, mesmo reconhecendo a predominância do ethos viril, as mulheres não se mantêm alheias. A sua presença se faz cada vez mais constante e numerosa nos estádios brasileiros e em outros contextos.

“Portanto a necessidade de analisar-se o futebol como área exclusivamente masculina parte do pressuposto de entender-se também como se processa a construção dos papéis sociais colocados para a mulher, relacionando-a com o espaço de exclusão / inclusão no universo futebolístico” (Moura, 2005)

Segundo Goellner (2000), a participação feminina no universo futebolístico é um fato. Contudo, tal presença precisa ser vista sob duas óticas. A primeira, da transgressão, ao romper com a velha máxima de que futebol “é coisa para macho”. E a segunda da adequação aos valores e práticas comuns a esse esporte.

Assim percebemos que o futebol se apresenta como um dos espaços possíveis para que sejam testados, substituídos e legitimados os estereótipos sobre o ser mulher. Contudo, o futebol não se limita ao momento do jogo, aos estádios de futebol. Ele permeia diversos momentos e lugares da vida dos brasileiros. Um dos espaços da contemporaneidade em que o futebol está permanentemente em discussão, é a internet.

A internet invadiu os lares brasileiros nos últimos anos, e mesmo aquelas pessoas que não possuem acesso em suas casas, estão se conectando à rede mundial de computadores por meio de Lan Houses (Local Area Network). Muitas são as motivações que levam milhões de pessoas a ficarem até horas na frente dos computadores, seja trabalho, escola, entretenimento, compras, relacionamentos... É principalmente neste último aspecto que se encaixa o Orkut.

O Orkut é uma rede de relacionamentos filiada à empresa Google Inc, idealizado e desenvolvido pelo engenheiro projetista da empresa, Orkut Buyukkokten, em 2004. Seu acesso é livre para qualquer pessoa por meio do endereço online (www.orkut.com).

Mesmo sendo uma invenção de uma empresa americana, o Brasil é o país que possui o maior número de pessoas como membros. Cerca de 51,16% dos membros são brasileiros¹.

Uma pessoa ao virar membro do Orkut, cria um perfil, o qual contém fotos, uma descrição, suas preferências e hobbies, vídeos preferidos, suas comunidades... Qualquer membro do Orkut pode criar comunidades ou se associar às já existentes. Essas comunidades possuem como objetivo reunir membros que possuam interesses comuns e propiciar espaços de discussão entre estes. Contudo, essas discussões não mobilizam grande parte dos membros, mesmo naquelas comunidades com grande número de participantes. Logo, percebe-se que elas funcionam para que as pessoas mostrem no Orkut suas preferências. Ou seja, ajudam a formar a identidade que os membros querem informar aos outros por este sítio.

Os conteúdos das comunidades variam muito. Mostram opções políticas, gostos musicais e, também, preferências clubísticas. Inúmeras são as comunidades que têm relação direta com o futebol e outras tantas com o torcer. Todas as grandes Torcidas Organizadas do futebol brasileiro, por exemplo, possuem suas

¹ Para mais informações acesse o site www.orkut.com

comunidades com vários membros. Essas comunidades ligadas ao futebol possuem, ao contrário da maioria, grande participação dos membros, seja nos fóruns de discussão, enquetes...

Segundo Souza (1996), um torcedor “não se encontra, ouve ou interage com todos os outros membros da torcida da qual faz parte, nem com os integrantes da equipe de sua preferência, mas imagina-os como pertencendo a uma mesma coletividade, uma mesma comunhão”. (p.45). Assim, as comunidades nos sites de relacionamento cumprem esse papel de aproximar os torcedores, alimentando o sentimento de unidade entre eles.

A participação feminina nessas comunidades não é irrisória. Além do grande número de torcedoras que compõem os membros, elas participam das votações, comentam os assuntos polêmicos, se fazem presentes e ativamente participantes. É claro que, assim como os homens, existem aquelas que apenas participam da comunidade sem com ela interagir. Ao analisar quantitativamente percebe-se rapidamente que a maior parte dos torcedores não se manifesta, mas o que aqui ressalta-se é que existe sim uma parcela significativa que constantemente acessa as páginas das comunidades, muito superior do que se vê nas comunidades com temas diversos.

Além das comunidades destinadas a todos os torcedores de um clube, existem aquelas que são específicas para um determinado grupo. Comunidades de torcidas organizadas, de fãs de um determinado jogador, de torcidas femininas.

Nesse trabalho, o foco recaiu exatamente sobre esse último grupo: as comunidades de torcidas femininas. Considerando o longo caminho necessário para compreender as relações de gênero no universo das torcidas de futebol, optou-se por começar a compreender o autodiscurso das torcedoras. Acredita-se que é passo fundamental nessa caminhada dar voz aos sujeitos estudados e, como forma de fazer uma primeira aproximação, analisar as maneiras de legitimação da condição de torcedoras de futebol das mulheres que assim se consideram.

:: OBJETIVO

Analisar o autodiscurso das torcedoras de futebol por meio de sites de relacionamento na internet.

:: OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Discutir as formas e meios que as mulheres utilizam para legitimar a sua condição de torcedoras dentro das comunidades virtuais do Orkut.

Analisar os estereótipos divulgados e legitimados pelas torcedoras de futebol nas comunidades virtuais do Orkut.

:: PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A fim de enriquecer a discussão sobre a temática e alimentar as conclusões advindas desse estudo, a primeira opção metodológica utilizada foi uma breve revisão de literatura. A análise da bibliografia correlata como fase preliminar de um estudo também possibilitou perceber a multiplicidade de olhares possíveis para o mesmo tema escolhido.

A coleta de dados foi feita por meio das próprias comunidades virtuais do site de relacionamentos Orkut. O filtro utilizado foram as comunidades que possuíam no seu título as palavras “torcida” e “feminina”. O intuito de fazer essa restrição foi tentar alcançar aquelas comunidades que me trariam dados a respeito do autodiscurso das torcedoras e não apenas aquelas dedicadas a ressaltar a beleza das mesmas (As Santistas são as mais gatas², CORINTHIANAS SÃO AS MAIS GATAS³, dentre outras com títulos semelhantes)

Outro critério que foi utilizado para selecionar as comunidades a serem analisadas foi o número de membros participantes. Foram selecionadas aquelas com mais de mil membros, por acreditar que são as que conseguiram descrições as quais muitas pessoas se vêem refletidas.

Vários são os aspectos passíveis de análise em comunidades virtuais. No caso específico analisado por esse trabalho, selecionei aqueles que melhor poderiam trazer informações sobre o que as torcedoras falam sobre si próprias. Dessa forma, foram eleitos os seguintes aspectos: foto da comunidade e descrição. Foram feitas também menções aos fóruns, enquetes e comunidades relacionadas quando traziam

² Disponível em: <<http://www.orkut.com.br/Main#Community.aspx?cmm=4679991>>. Acesso em 26 set. 2010.

³ Disponível em: <<http://www.orkut.com.br/Main#Community.aspx?cmm=19033619>>. Acesso em 26 set. 2010.

informações relevantes ao serem confrontadas com a descrição e/ou foto da comunidade analisada.

Fez-se uma análise quanti-qualitativa dos dados encontrados com o objetivo de melhor compreender o objeto desse estudo. Especificamente a respeito da análise da descrição e das enquetes das comunidades optou-se pela análise de conteúdo. Segundo Bardin (1977, p.117), “a análise de conteúdo é um conjunto de técnicas de análise das comunicações”. Dentro desse conjunto de possibilidades, acredita-se que a análise categorial possibilitou melhor responder as perguntas que foram trazidas nesse trabalho, pois

esta pretende tomar em consideração a totalidade de um ‘texto’ passando-o pelo crivo da classificação e do recenseamento, segundo a frequência de presença (ou de ausência) de itens de sentido... É o método das *categorias*, espécie de gavetas ou rubricas significativas que permitem a classificação dos elementos de significação constitutivos da mensagem (BARDIN, 1977, p.36-37)

Dessa forma foram analisadas 31 comunidades, sendo 26 de clubes brasileiros e 5 de clubes europeus, a saber: Clube de Regatas do Flamengo, Sociedade Esportiva Palmeiras, Grêmio Foot-Ball Porto Alegre, Sport Club Internacional, Sport Club Corinthians Paulista, Clube do Remo, Paysandu Sport Club, Ceará Sporting Club, Botafogo de Futebol e Regatas, Avaí Futebol Clube, Figueirense Futebol Clube, Esporte Clube Bahia, São Paulo Futebol Clube, Associazione Calcio Milan, Manchester United Football Club, Chelsea Football Club, Centro Sportivo Alagoano, Real Madrid Club de Fútbol, Futbol Club Barcelona, Vitória Futebol Clube, Fluminense Football Club, Club de Regatas Vasco da Gama, Sport Clube do Recife, Grêmio Esportivo Brasil, Cruzeiro Esporte Clube, Criciúma Esporte Clube, Brasiliense Futebol Clube, Clube Atlético Paranaense, Santa Cruz Futebol Clube, Joinville Esporte Clube e Clube Atlético Mineiro.

:: Os discursos presentes nas comunidades

“A simples existência desses agrupamentos, mesmo que apenas de modo virtual, aponta para uma crescente incorporação da mulher na esfera torcedora. Essa incorporação, entretanto, apresenta alguns obstáculos e um dos mais importantes refere-se à legitimação da mulher como indivíduo que não apenas é capaz de nutrir sentimentos de pertencimento clubístico, mas que também pode interessar-se pelo jogo de futebol, compreendê-lo em seus aspectos técnicos e táticos”. (COSTA,)

Os títulos das comunidades estudadas pouco variavam. Quase todas seguiam o modelo “Torcida Feminina do (nome do time)”. É claro que isso se deu pelo fato da metodologia desse estudo envolver o filtro das comunidades pela presença no título das palavras “torcida” e “feminina”. Contudo, dois aspectos são importantes de ressaltar. O primeiro refere-se ao fato da metodologia ter sido desenvolvida com o andamento da pesquisa. Logo, a escolha dos filtros aconteceu devido à percepção de que as comunidades que seguiam o padrão supracitado traziam maiores informações para o estudo do autodiscurso das torcedoras do futebol. O segundo aspecto para que se chama atenção é o fato de apenas três comunidades não usarem exatamente o nome do clube no título. Um dos objetivos das comunidades virtuais é atrair o maior número de membros com interesses semelhantes, dessa forma o uso do nome do time no título facilita a busca das torcedoras pelas comunidades. Assim, percebe-se que a opção das comunidades do Centro Esportivo Alagoano (Torcida Feminina Azulina⁴) e do Grêmio Esportivo Brasil (Torcida Feminina Xavante⁵) de não colocar o nome dos clubes no título está ligada ao fato de tais clubes serem mais conhecidos por apelidos e seus torcedores mais comumente conhecidos como Azulinos e Xavantes, respectivamente. A comunidade feminina do Sport Club Internacional é a única dentre as pesquisadas que, apesar do nome do clube ser facilmente identificado pelos torcedores, optou por usar a

⁴ Disponível em: <<http://www.orkut.com.br/Main#Community.aspx?cmm=12636104>>. Acesso em 30 set. 2010.

⁵ Disponível em: <<http://www.orkut.com.br/Main#Community.aspx?cmm=45443793>>. Acesso em 30 set. 2010.

identificação das torcedoras no título (Torcida Feminina Colorada⁶). Ressalta-se que, ainda assim, a opção feita por tal comunidade não dificulta a busca pela mesma, pois as torcedoras do clube são amplamente reconhecidas como “Coloradas”. A comunidade do Sport Clube do Recife é a única que possui no seu título referência ao fato de ser uma comunidade ligada a uma torcida organizada (Torcida jovem feminina d sport⁷). É válido ressaltar que a comunidade do Cruzeiro Esporte Clube⁸ também foi criada por torcedoras ligadas a uma torcida organizada do referido clube, mas essa filiação só percebe-se pela foto da comunidade. Daí infere-se que a criadora da comunidade do Sport Clube do Recife teve a intenção de deixar ainda mais explícito tal vinculação à torcida organizada, uma vez que seu nome aparece tanto no título quanto na foto. Por fim, a maior parte dos títulos das 31 comunidades só se diferenciavam pelo uso da caixa alta, exclamações, negrito.

Ao direcionar o olhar para as fotos das capas das comunidades, diversas considerações podem ser tecidas. Das 31 comunidades estudadas, 17 (54,83%) possuem como capa fotos de torcedoras. Essas torcedoras são escolhidas por meio de fóruns dentro das próprias comunidades, em outras comunidades criadas exclusivamente para esse fim, por meio do envio de fotos para os moderadores e donos das comunidades. Independente do meio utilizado o critério pouco varia. As torcedoras precisam participar da comunidade e são escolhidas pela beleza. Apenas as comunidades do Club de Regatas Vasco da Gama⁹ e do Sport Club Internacional variam em relação a escolha das torcedoras da capa. Apesar de também serem mulheres de notável beleza, ambas são personalidades conhecidas pelos torcedores e que declararam sua filiação a esses clubes. Todas as torcedoras das capas estão vestindo a camisa do clube do coração. Tal informação é de extrema relevância,

⁶ Disponível em: <<http://www.orkut.com.br/Main#Community.aspx?cmm=7617309>>. Acesso em 30 set. 2010.

⁷ Disponível em: <<http://www.orkut.com.br/Main#Community.aspx?cmm=39533449>>. Acesso em 30 set. 2010.

⁸ Disponível em: <<http://www.orkut.com.br/Main#Community.aspx?cmm=6659949>>. Acesso em 30 set. 2010.

⁹ Disponível em: <<http://www.orkut.com.br/Main#Community.aspx?cmm=11485392>>. Acesso em 30 set. 2010.

pois uma das maneiras que os torcedores, independente do sexo encontram de legitimar a sua condição de torcedores fanáticos por determinado time é pelo uso da camisa, por vezes chamado de “manto sagrado”. Ainda sobre as comunidades que possuem fotos de mulheres nas capas, nota-se que algumas torcedoras estão em poses sensuais. Destaca-se em relação a esse aspecto, a comunidade do São Paulo Futebol Clube¹⁰ e do Botafogo de Futebol e Regatas¹¹.



Figura 1: Torcida feminina do Botafogo!



Figura 2: Torcida Feminina do São Paulo

Esse comportamento reforça alguns estereótipos sobre as mulheres e, nesse caso particular, sobre as torcedoras. É marca da nossa sociedade a valorização do belo em detrimento do saber, do conhecimento. Em uma comunidade de torcedoras femininas essas fotos de capa nos levam a pensar que, ao contrário do que se poderia esperar de uma comunidade sobre torcedores de futebol (discussão sobre os times, jogos, esquemas táticos, hinos das torcidas), a maior preocupação recai sobre a beleza das torcedoras dos clubes. A descrição das comunidades e as

¹⁰ Disponível em: <<http://www.orkut.com.br/Main#Community.aspx?cmm=832499993>>. Acesso em 30 set. 2010.

¹¹ Disponível em: <<http://www.orkut.com.br/Main#Community.aspx?cmm=8219055>>. Acesso em 30 set. 2010.

“comunidades relacionadas” serão ainda analisadas, mas no caso da comunidade do São Paulo Futebol Clube é interessante notar que elas corroboram com a leitura feita acima. Na descrição destaca-se duas partes: “...todos já sabem que elas deixam o MORUMBI mais lindo do que já é, em jogos do nosso TRICOLOR” e “SPFC – Só tem Mulheres Sexy! - Participe”. Já nas comunidades relacionadas, percebe-se que todas ressaltam aspectos da beleza das torcedoras desse clube.

Todos os aspectos mencionados até agora são fundamentais para entendermos como as mulheres tentam legitimar a sua condição de torcedora. Contudo, foi a descrição das comunidades que apresentou maior quantidade de elementos que foram possíveis de ser estudados. Destaca-se a seguir algumas descrições que representam de forma emblemática continuidades percebidas nas comunidades.

A descrição da comunidade Torcida Colorada Feminina foi escolhida por apresentar de forma enfática uma constante em várias comunidades: a necessidade de caracterizar as torcedoras segundo características comumente ligada aos torcedores ditos fiéis.

“Gurias Coloradas!!! Vocês sabem que a nossa torcida sempre vai ser a maior e a melhor do RS!!! Porque para colorada futebol é paixão! É amor! É sentimento! E nisso ninguém bate a colorada \o// Por isso que uma colorada sempre vai ser diferente de uma gremista! A gremista quando o seu time ganha faz piadas, mas não sabe nem a escalação e nem a história do clube, e quando o time perde? Bom... aí elas somem!! Afinal, futebol é bobagem, é coisa de guri, têm outras coisas pra se preocupar. A colorada tem devoção pelo Inter, acompanha, torce, discute! Ela é culta, conhece, se informa, se envolve! Com camisa do INTER não quer ser fashion, nem fazer média com ninguém, sabe honrar o nosso manto sagrado!!! Usa porque tem amor verdadeiro no coração!!! Sabe a história do clube, a escalação do time, se emociona com o hino e se arrepia ao lembrar de tantas glórias!! Parabéns INTER, 100 anos de glória, sem rival. Estaremos sempre contigo \o?///”.

Ao analisarmos a descrição transcrita acima, diversos aspectos podem ser evidenciados. O uso das palavras “maior” e “melhor” é recorrente na grande maioria das comunidades estudadas. O clube é sempre enaltecido como o melhor entre todos os outros e a sua torcida como a maior e mais apaixonada.

Contudo, o elemento mais interessante da descrição da comunidade Torcida Colorada Feminina é a referência à torcida do Grêmio Foot-Ball Porto Alegre. Segundo DAMO (2007), o futebol possui duas faces diferentes, mas imbricadas. Uma dimensão político-administrativa e outra dimensão simbólica

“constituída historicamente, quer seja como entidade única (o Sport Club Internacional, de Porto Alegre), quer como parte do sistema clubístico (não existiria coloradismo sem gremismo, flamenguismo e assim por diante; ou seria algo muito diverso do que é)” (p.57)

Dessa forma, as torcidas de um clube de futebol se definem pelas características que julgam ser inerentes aos torcedores que a compõem, mas, com a mesma importância, se definem pelo o que não são. Logo, ser colorado significa também um não ser gremista, flamenguista, corinthiano. Assim, a existência da torcida do time rival é fundamental para a criação da própria identidade da torcida de um time. Identidade que nesse trabalho é usada nos termos de CASTILHO, como sendo o “processo de representação ao mesmo tempo pessoal e coletivo que permite ao sujeito se definir com relação a um ‘eu’ ou a um ‘nós’ diferenciando-se do outro ou dos outros” (2005, p.231). Ou seja, é na relação de alteridade que os torcedores se identificam com determinadas qualidades e repudiam outras tantas. Tanto será maior tal relação e, por conseguinte, a rivalidade, quanto mais próximos forem geograficamente os clubes. Para Damo (1998), o fato das maiores rivalidades serem maiores entre clubes da mesma localidade se dá, em parte, devido ao período em que foram constituídas, pois era preponderante as ligas metropolitanas, erguidas sob a égide do amadorismo.

Por fim, destaca-se que a criadora da comunidade ressaltou características que seriam típicas das torcedoras do Sport Club Internacional: uso da camisa do clube,

conhecimento da história do time, emocionar-se com o hino... Tais atributos comporiam o capital torcedor. O conceito de capital foi forjado por Bourdieu e é usado aqui com o mesmo sentido: conjunto de atributos que seriam necessários para que a inserção de uma pessoa em um determinado campo social possa ser legitimada. Por tanto, para as próprias torcedoras coloradas, só seriam consideradas torcedoras do clube aquelas mulheres que possuem todas as características elencadas na descrição da comunidade.

É interessante, sobre a valorização de alguns itens no futebol, ressaltar também a visão de Damatta (1994), o qual ressalta que

“no caso brasileiro, foi indiscutivelmente através do futebol, como já afirmei, que o povo pôde finalmente juntar os símbolos do Estado nacional (a bandeira, o hino e as cores nacionais), esses elementos que sempre foram propriedade de uma elite restrita aos militares, aos seus valores mais profundos”. (p. 17)

Além da Torcida Colorada Feminina, as descrições das comunidades Torcida Feminina do Criciúma, Torcida Feminina do Cruzeiro e Atlético MG – Torcida Femina, também podem ser nesse momento trazidas para exemplificar pontos com frequência encontrados nas comunidades. Tais descrições ressaltam com mais ênfase o capital torcedor.

“TORCIDA FEMININA CRICIÚMA ESPORTE CLUBE. O TIME DE SANTA CATARINA! Fundação: 13/05/1947. Estádio: Eriberto Hulse. Conquistas: Copa do Brasil – 1991 (invicto), Brasileirão série B – 2002, Brasileirão série C – 2006, Estaduais – 68, 86, 89, 90, 91, 93, 95, 98 e 2005!” (Torcida Feminina do Criciúma¹²)

“OFICIAL. Recuse IMITAÇÕES. CRUZEIRENSES? Sim... mas SÓ MULHERES entram aqui!!!! Também entendemos de FUTEBOL e MUITOO!! Até mais do que muitos homens. Time: Goleiros: Fábio, Rafael,

¹² Disponível em: <<http://www.orkut.com.br/Main#Community.aspx?cmm=777861>>. Acesso em 30 set. 2010.

Flávio. Lateral-direito: Jonathan, Rômulo. Lateral-esquerdo: Diego Renan. Zagueiro: Luizão, Leonardo Silva, Edcarlos, Wellington, Gil, Claudio Caçapa, Volante: Henrique, Fabrício, Elicarlos, Fabinho, Marquinhos Paraná, Everton. Armador: Gilberto, Pedro Ken, Roger, Monitllo. Meia-Atacante: Jones. Atacante: Robert, Wellington Paulista, Thiago Ribeiro, Farias, Kieza, Wallyson. Técnico: Cuca.” (Torcida Feminina do Cruzeiro)

“Essa comunidade é destina as Atleticanas que em todos os jogos se unem e assistem aos jogos! Que são apaixonadas pelo time mais lindo de Minas Gerais ou melhor o time mais lindo do mundo inteiro!! À aquelas que simplesmente odeiam as Cruzeirenses. Enfim que exalta seu amor pelo Galo!!! Quem não pode com ELAS, junte-se a ELAS. Nós somos do Clube Atlético Mineiro. Jogamos com muita raça e amor. Vibramos com alegria nas vitórias. Clube Atlético Mineiro, Galo Forte Vingador. Vencer, vencerr, vencer. Este é o nosso ideal.Honramos o nome de Minas, no cenário esportivo mundial. Lutar, lutar, lutar. Pelos gramados do mundo a vencer. Clube Atlético Mineiro, uma vez, até morrer.” (Atlético MG – Torcida Feminina¹³)

Saber a história do clube apresenta-se como item importante para a composição do ser torcedora. Os times de futebol possuem uma história, um passado que é frequentemente evocado para justificar a adesão dos torcedores. O passado, sempre lembrado como de glórias, é relatado pelos torcedores como se dele tivessem de fato participado. Fatos que são datados ganham uma dimensão atemporal, passam a fazer parte da própria história dos torcedores, ainda que nem fossem nascidos à época do evento. Tradições são forjadas pela repetição da narração dos fatos que ganham dimensão heróica.

Segundo Damo (1998), além da posição de destaque do torcedor na narrativa, ganha destaque também o ajuste feito por estes nos fatos ocorridos. Para além da elaboração do reconto no qual o torcedor se reconhece como sujeito na trajetória do clube, é perceptível a intenção, ainda que inconsciente, de adequar a narrativa a

¹³ Disponível em: <<http://www.orkut.com.br/Main#Community.aspx?cmm=51807285>>. Acesso em 30 set. 2010.

uma perspectiva individualizada, que corrobora com a visão de mundo de alguém que se percebe além da condição daquele que apenas assiste ao jogo.

“Neste processo, a trajetória do clube pode e tende a ser constantemente recriada, eliminando-se eventuais contradições entre valores considerados primordiais em outras esferas da sociedade – partidos políticos, por exemplo – e aqueles praticados pelo clube enquanto instituição”. (p. 14)

Conhecer a escalação do time, o nome dos jogadores, a posição em que jogam é também de suma importância para as torcedoras. Elas têm a sua condição de torcedora constantemente posta em suspeição por, em tese, não entenderem a dinâmica do jogo, as regras do futebol. É recorrente enunciações jocosas que dizem que as mulheres não sabem a respeito da regra do impedimento, esquemas táticos, função do árbitro. Dessa forma, na comunidade Torcida Feminina do Cruzeiro, as torcedoras listaram os jogadores que compõem o time (reservas e titulares) e a posição em que jogam como forma de se afastarem dessa construção social da mulher como torcedora leiga, que não entende de futebol. Ainda sobre a comunidade do Cruzeiro Esporte Clube é interessante perceber a comparação entre homens e mulheres. Ao dizerem que “Também entendemos de FUTEBOL e MUITOO!! Até mais do que muitos homens”, a criadora da comunidade reforça o pré-conceito de que todos os homens entendem de futebol e buscam reforçar o direito das mulheres dessa comunidade de serem reconhecidas como torcedoras por entenderem de futebol tanto quanto (e até mais) do que os homens.

Segundo Goellner (2000),

“É necessário ter em mente que não existem formas de pensar, ser e agir iguais em mulheres ou em homens. Motivo pelo qual algumas mulheres que participam do mundo futebolístico moldam-se aos padrões masculinos de forma a não questionar nem os preconceitos nem as regras que o rege, expressos em atitudes, piadas, comportamentos, posturas corporais e discursos”.

A partir do ponto de vista trazido pela autora, percebemos na descrição da comunidade uma tentativa, sim, de questionamento de preconceitos em relação a presença das torcedoras. Contudo, tal questionamento se dá no sentido de se afirmar que os valores já postos, mas afirmando que as mulheres também podem a ele se adequar.

A comunidade da torcida feminina do Clube Atlético Mineiro trás o hino do clube na sua descrição. É notável como saber cantar todo o hino é valorizado como característica fundamental e obrigatória para todos os torcedores. Se voltarmos à descrição da comunidade do Sport Club Internacional percebemos que é destacado não só o saber todo o hino, mas o se emocionar com ele.

:: Considerações

Esse estudo não poderia ser encerrado por conclusões ou considerações *finais*, pois, como foi apontado no início desse texto, ele é só um passo na longa caminhada necessária para compreender as relações de gênero no contexto futebolístico. Mas é claro que aproximações e considerações já podem ser tecidas a fim de apoiar e subsidiar próximas pesquisas.

É de suma importância ressaltar que gênero é categoria relacional. Nesse estudo procurou-se compreender a relação da mulher torcedora com o futebol, mas seria ingênuo acreditar que os apontamentos desse estudo são resultado apenas da consideração do “sexo social” dos sujeitos investigados. A contribuição de aspectos relacionados à raça/etnia e condição social das torcedoras não é pequena e não pode ser desconsiderada. Como legado dessa monografia, destaca-se a percepção da necessidade de uma pesquisa de fôlego sobre as torcedoras, que busque compreender a participação dos conceitos de gênero, raça/etnia, classe social, dentre outros, no processo de legitimação da presença das mulheres (e também dos homens) na assistência do futebol.

Percebeu-se, primeiramente, que os estereótipos e preconceitos não se ligam exclusivamente às mulheres torcedoras. Pré-concepções também recaem sobre o ser homem torcedor. Reconhece-se isso por que é a concepção do ser torcedor muitas vezes usada para comparar e legitimar a posição torcedora. Percebe-se que não há uma tentativa de forjar novas formas de torcer. Legitimam-se as mesmas formas de demonstrar o pertencimento clubístico já utilizadas pelos torcedores do sexo masculino.

Outra consideração importante desse trabalho é que a beleza das torcedoras ganha posição de destaque para as torcedoras que participam dessas comunidades. Se em muitas descrições percebemos a valorização de aspectos como a paixão pelo clube, o conhecimento do futebol, da história do time, do seu hino, o enaltecimento do quão bonitas seriam as torcedoras de um determinado clube está explícito em

toda a comunidade, seja na foto, nas comunidades relacionas, nos fóruns ou enquetes. Isso demonstra que o processo de legitimação da condição de torcedoras pelas mulheres comporta contradições. Algumas torcedoras, através das comunidades, buscam afirmar que o meio futebolístico comporta a feminilidade, a beleza, as identidades femininas. Põe em suspeição a hegemonia masculina nos esportes, com ênfase no futebol. Questionam o poder que advém das relações desiguais de poder entre homens e mulheres.

Faz-se necessário ressaltar uma vez mais que nunca foi pretensão deste estudo esgotar a temática. Antes pelo contrário, reconhece-se aqui o grande número de lacunas no que tange a pesquisa científica sobre mulheres no âmbito futebolístico. Lacunas tais representadas pela grande dificuldade de encontrar literatura correlata para embasar essa monografia.

:: Referências

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Lisboa, Portugal: Edições 70, 1977.

CASTILHO, N. C. G. Identidade. In: GONZÁLEZ, J., FENSTERSEIFER, P. E. (Orgs.) Dicionário crítico de educação física. Ijuí: Unijuí, 2005. p. 231-232.

COSTA, Leda Maria da. **Marias-chteiras x torcedoras “autênticas”:** identidade feminina e futebol. XII Encontro Regional de História ANPUH-RJ, 2006.

DAMATTA, Roberto. Antropologia do óbvio: notas em torno do significado do futebol brasileiro. **Revista USP**. n22, São Paulo, 1994. p. 10-17

DAMO, Arlei Sander. Bons para torcer, bons para se pensar – os clubes de futebol no Brasil e seus torcedores. **Motus Corporis**, Rio de Janeiro, v. 5, n. 2, nov, p. 11-48, nov, 1998

DAMO, Arlei Sander. **Do dom à profissão: formação de futebolistas no Brasil e na França**. São Paulo: Aderaldo e Rothschild Ed., Anpocs, 2007.

GOELLNER, Silvana Vilodre. Pode a mulher praticar o futebol?. In: CARRANO, Paulo Cesar R. (Org). Futebol: paixão e política. Rio de Janeiro: DP&A, 2000. p. 79-94

MOURA, Eriberto Lessa. O futebol como área reservada masculina. In: Daolio, Jocimar (Org.). **Futebol. cultura e sociedade**. Campinas: Autores Associados, 2005. p. 131-147

PEREIRA Sissi Aparecida Martins; MOURÃO, Ludmila. Identificações de gênero: jogando e brincando em universos divididos. **Motriz**, Rio Claro, v.11, n.3, set./dez., 2005. p.205-210

SAMPAIO, Tânia Mara Veira. Gênero e Lazer: um binômio instigantes. In: MARCELLINO, Nelson Carvalho (Org.) **Lazer e Sociedade: múltiplas relações**. Campinas, SP: Editora Alínea, 2008, p. 139-154

SCOTT, Joan. Gênero: Uma categoria útil de análise histórica. **Educação e Realidade**, Porto Alegre, v.20, n.2, jul./dez., 1995. p.71-99

SOUZA, Marcos. **A “Nação em chuteiras”:** raça e masculinidade no futebol brasileiro. Dissertação de Mestrado; Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social: Brasília/UnB, 1996.