



PERTENÇO LOGO EXISTO: A TATUAGEM NO ÂMBITO FUTEBOLÍSTICO¹

Luciano de Castro Tomazett²

RESUMO

O objetivo deste estudo é compreender como o corpo do torcedor de futebol tatuado com o tema imagético que representa o time ou a torcida, se constitui em objeto de realização da pertença grupal, identificando quais são os processos socioculturais envolvidos e as possibilidades educacionais e emancipatórias. Utilizamos o método materialismo histórico-dialético. Concluímos que o torcedor sente no corpo e no espírito, a realização é real, mas é mimética, pois, é fundamentada na mercadoria. PALAVRAS-CHAVE: Futebol; Tatuagem; Identidade.

INTRODUÇÃO

O torcedor de futebol na sua relação com a torcida, constrói um padrão de sociabilidade próprio. Porém, não basta vestir a camisa do time, é preciso tatuar o corpo de forma definitiva. A marca no corpo é pertença grupal. O ato de marcar o corpo, neste caso, traz consigo mediações de negação do sujeito, constituindo-o como objeto, onde a criatura domina o criador. Assim, questionamos: como a pertença grupal marca o corpo dos torcedores de futebol?

Como uma determinação do próprio objeto, nos deparamos com a necessidade de investiga-lo no seu ambiente natural, buscando apreender o sistema simbólico e os seus significados. Neste sentido, encontramos suporte na etnografia, compreendida como a *ciência da descrição cultural* (TRIVIÑOS, 2006).

Utilizamos a técnica metodológica *observação participante*, a qual nos possibilitou combinar: análise documental, observação e entrevistas, em que registramos os eventos, fotografando e preenchendo o nosso diário de campo. Na fase seguinte entrevistamos os torcedores utilizando o formato de entrevista *semiestruturada* (LÜDKE; ANDRÉ, 1986).

Foram realizadas 18 entrevistas com os torcedores com tatuagem que representa o time ou a torcida do Atlético Clube Goianiense, Vila Nova Futebol Clube ou Goiás Esporte Clube, no estádio Serra Dourada, no ano de 2016. Este trabalho foi submetido ao Comitê de Ética em Pesquisa da UFG, sendo aprovado no parecer nº 1.460.364.

Reconhecemos a importância da etnografia, porém, ela foi utilizada como ponto de partida, nos possibilitando apreender as dimensões mais aparentes do

¹ O presente texto não contou com apoio financeiro de nenhuma natureza para sua realização.

² Universidade Federal de Goiás, lucianotomazett@gmail.com

objeto. Esta foi uma determinação do próprio objeto, pois, foi necessário estudar e analisar os elementos históricos, a especificidade social, os processos ideológicos, a estrutura socioeconômica, as funções e as relações de interdependência entre os indivíduos e a sociedade.

Neste contexto, o nosso objeto foi se revelando como um fenômeno multifacetado, envolvendo questões políticas, econômicas, sociais, culturais e históricas, fato que nos conduziu a utilizar o método *materialismo histórico-dialético*, para apreender o conjunto das determinações sócio-históricas mais significativas. No caminho proposto pelo método, é o presente que ilumina o passado, atribuindo importância à história, esclarecendo qual é o passado significativo que atua no presente.

Partimos da expressão mais aparente do fenômeno empírico, - neste caso, propiciado pela etnografia - almejando alcançar a sua dimensão essencial, universal, avançando do simples para o complexo, da aparência para a essência, da representação para o conceito. Um movimento capaz de romper o véu da aparência reificadora e descortinar os nexos constitutivos do objeto.

FUTEBOL E TATUAGEM: REVELANDO OS NEXOS SOCIOCULTURAIS

O período histórico entre os séculos XIV e XVIII foi permeado por transformações no tecido social, um movimento capaz de produzir tensões fortes o suficiente para romper com a estrutura da sociedade medieval. É este o contexto que guarda as raízes constitutivas do indivíduo e da sociedade moderna, em que, o avanço da civilização produziu certas transformações na conduta do indivíduo através do autocontrole psíquico, conduzindo lentamente, a constituição do indivíduo e da sociedade para o âmbito privado, tornando a individualização, uma necessidade (ELIAS, 1994).

Neste contexto, ocorreram modificações na forma de produção da sociedade moderna, sobretudo a partir da revolução industrial, em que a esteira fabril universalizou o trabalho assalariado. Desta maneira, a troca mercantil passou a ser o objetivo majoritário da produção, um processo que culminou com a conversão dos artefatos culturais em mercadoria, fabricados em série.

Ademais, entendemos que a cultura é uma criação humana que se fixa nos objetos, se desenvolve, se transfere entre as gerações, constituindo um sistema simbólico que impregna o objeto de significado, atribuindo-lhe um valor signo. O estilo, a beleza, as emoções, o valor e o status social são classificados por categorias de estereótipos, cujo padrão determina a identidade social. No ato do consumo o indivíduo adquire também o valor signo do objeto, construindo a sua identidade, o seu estilo de vida (SEVERIANO, 2007).

Assim, revela-se que o detentor do valor signo determinante da identidade, na verdade, é o objeto, a mercadoria. Desta forma, o conjunto de representações que constitui o sistema simbólico, estrutura e restringe a margem de decisão do indivíduo, isto é, *o indivíduo é determinado pelo sistema*.

Isto só foi possível diante da condição de isolamento estrutural da sociedade industrial, organizada pelo declínio dos valores coletivos e pelo crescente individualismo, desenvolvido a partir do século XVI com a filosofia mecanicista,

que sustenta a concepção dualista de corpo, tendo como fato emblemático as primeiras dissecações anatomofisiológicas. Este processo propiciou uma ruptura na compreensão acerca da unidade homem-corpo, o qual foi convertido em objeto manipulável (LE BRETON, 2004).

Estas condições abriram caminho para que o corpo pudesse ser convertido em um campo de batalhas, um jogo em que o próprio indivíduo luta pela sua posse, gravando na pele uma memória que eterniza uma lembrança, um sentimento, uma emoção, a qual expressa uma identidade e sela a aliança através da pertença grupal (LE BRETON, 2004).

Captamos a manifestação deste amplo processo na nossa pesquisa de campo, no ponto em que a tatuagem foi reconhecida socialmente através sua representação simbólica como um produto oficial. Neste caso, *a tatuagem autorizou a entrada do torcedor no estádio*, conforme ele próprio relata.

Teve uma vez que teve uma promoção, que torcedor com produto oficial pagava meia-entrada e eu tinha vindo do serviço, estava sem camiseta, sem nada, eu comprei meia-entrada e fui entrando, a mulher falou pra mim que eu estava sem meu produto oficial, eu mostrei pra ela a minha tatuagem como produto oficial, ela ficou rindo e deixou eu entrar (Entrevista nº 10, dia 18 de junho de 2016, Atlético x CRB).

Em suma, este fato revela que a representação simbólica impregnada na imagem e impressa na pele, tem poderes para determinar as relações humanas, não apenas daquele torcedor específico, mas do ser social, pois, este é apenas a personificação das relações sociais mais amplas. Isto é, captamos na expressão corporal mediada pela tatuagem, a representação de todo um sistema, cujo poder é determinante do homem e das suas relações.

Apreendemos toda esta complexidade no nosso objeto de estudo. Por um lado, a tatuagem como uma marca corporal original, detentora do sentido ancestral, foi difundida e ressignificada a partir da política colonialista europeia, criando um estereótipo marginal portuário através dos marinheiros, acolhida pelos movimentos de contracultura punk, popularizada pela reprodução técnica e pela sua conversão em valor signo (MARQUES, 1997; ARAUJO, 2005). Por outro lado, o futebol amador foi absorvendo as características profissionais e capitalistas, concomitante ao desenvolvimento industrial, revelando o seu potencial mercadológico global com as transmissões televisivas e assumindo os contornos do futebol-empresa (PRONI, 2000; BETTI, 1998). O elemento determinante para a difusão e a popularização de ambos, - o futebol e a tatuagem - foi o interesse mercantil, pois, nesta sociedade os objetos não são produzidos para o uso, mas para a troca.

Entretanto, estas questões não estão claras, atribuindo ao desenvolvimento do futebol e da tatuagem uma aparente naturalização. Isto ocorre pelo fato das relações sociais se acumularem e se esconderem nos objetos, cujo desenvolvimento constitui o fetichismo.

Aqui, os produtos do cérebro humano parecem dotados de vida própria, figuras autônomas, que mantém relações entre si e com os homens. Assim, no mundo das mercadorias, acontece com os produtos da mão humana. Isso eu chamo o fetichismo que adere aos produtos de trabalho, tão logo são produzidos como mercadorias (MARX, 1983, p. 71).

Ao olhar para uma tatuagem que se refere ao universo futebolístico, a imagem remete para a sua representação simbólica, para o seu valor signo. Embora estes significados sejam construções humanas, eles habitam o objeto, e passaram a ser compreendidos como elementos próprios dos objetos. O que o torcedor imprime na pele é uma mercadoria que representa outra mercadoria, é isto que não está claro.

Este processo nos possibilitou compreender que o fenômeno que investigamos ocorre fundamentado no cruzamento de dois conjuntos de determinações. Um representa a dimensão tradicional, a aliança comunitária, a pertença grupal, em que os rituais colocam em movimento os elementos tradicionais no futebol e na tatuagem.

O outro conjunto de determinações é fundamentado na sociedade moderna, podendo ser apreendido na crescente fragmentação, competição e individualismo, que organizam a forma desta sociedade, cujo objetivo converte pessoas e objetos em mercadoria (MARX, 1983).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Embora as determinações do âmbito tradicional propiciem a sensação da realização para o torcedor, não há outro lugar para a sua fundamentação para além da sociedade capitalista, portanto, elas são apenas representações da verdadeira tradição. Este fato nos revela que o conjunto das determinações fundamentadas na sociedade moderna, estruturam e restringem o alcance dos elementos tradicionais, isto é, elas são as determinações mais determinantes.

Assim, concluímos que a *realização ocorre de fato, é real*, o torcedor sente na pele e no coração, no corpo e no espírito. Entretanto é uma realização mimética, pois, este processo é fundamentado na representação, na mercadoria.

De maneira sintética, atualmente o corpo é compreendido de forma dualista, refletindo a fragmentação que organiza esta sociedade. Com o desenraizamento das tradições e o entorpecimento da vida na modernidade, o indivíduo utiliza o corpo-objeto para reconstruir a sua identidade perdida, um processo propiciado pela conversão da cultura em mercadoria. Ele busca marcar o corpo de forma indelével e eterna, como uma resposta urgente para a identidade ausente. Destarte, diante da conversão da ilusão em realidade, ele se tatua com o tema imagético referente ao universo futebolístico, pois, é este o objeto que lhe propicia a agradável excitação revigoradora, o qual alcança o seu sentimento mais profundo.

É importante considerar que as reflexões realizadas não representam um posicionamento antagonista ao futebol e à tatuagem, pois, objetivo é contribuir para uma compreensão mais substancial dos processos envolvidos. Ademais, a conscientização destas questões não detém o poder de resolução e mudança imediata, porém, ela colabora para o entendimento dos processos constitutivos do indivíduo e da sociedade.

Destacamos a responsabilidade da educação, formal e informal, a qual pode contribuir para iluminar os elementos históricos mais significativos, colaborando para uma formação humana autônoma e emancipada, que caminhe para a constituição de uma consciência verdadeira. Assim desenvolve-se um olhar crítico

para a sociedade, abrindo possibilidades reais para a formação de forças capazes de criar outras realidades sociais, em que o *ser humano* seja, de fato, a expressão da sua *humanidade*.

I BELONG THEREFORE EXIST: TATTOO IN THE FOOTBOLISTIC FIELD

ABSTRACT: The objective of this study is to understand how the body of the soccer fan tattooed with the imagery theme that represents the team or the fans, constitutes an object of group membership, identifying the socio-cultural processes involved and the educational and emancipatory possibilities. We use the historical-dialectical materialism method. We conclude that the fan feels in the body and in the spirit, the realization is real, but it is mimetic because it is based on the commodity.

KEYWORDS: Football; Tattoo; Identity.

PERTENEZCO LOGO EXISTO: TATUAJE EM EL AMBITO DE FÚTBOL

RESUMEN: El objetivo de este estudio es entender cómo El cuerpo del aficionados al fútbol tatuado com el tema de imágenes que representa el equipo o los aficionados, que constituye el objeto de la realización de pertenencia al grupo, identificar cuálesson los procesos socioculturales que intervienen. Utilizamos el método del materialismo histórico y dialéctico. Concluimos que los aficionados se sientanen el cuerpo y elespíritu, es real, pero es mimética, ya que se basaen La mercancía.

PALABRAS CLAVE: Fútbol; tatuaje; laidentidad.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, L. **Tatuagem, piercing e outras mensagens do corpo**. São Paulo: Cosac Naify, 2005.

BETTI, M. **A janela de vidro: esporte, televisão e educação física**. São Paulo: Papyrus, 1998.

ELIAS, Norbert. **A Sociedade dos Indivíduos**. Rio de Janeiro: Zahar, 1994.

LE BRETON, D. **Sinais de identidade: Tatuagens, piercings e outras marcas corporais**. Lisboa: Miosótis, 2004.

LÜDKE, M; ANDRÉ, M. **Pesquisa em educação: abordagens qualitativas**. São Paulo: EPU, 1986.

MARQUES, T. **O Brasil tatuado e outros mundos**. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

MARX, K. **O Capital**. v. I, São Paulo: Abril Cultural, 1983.

PRONI, M. **A metamorfose do futebol**. Campinas: UNICAMP, 2000.

SEVERIANO, M. **Narcisismo e publicidade: uma análise psicossocial dos ideais do consumo na contemporaneidade**. São Paulo: Annablume, 2007.

TRIVIÑOS, A. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 2006.