

Mediatização e Tatuagens Femininas: Uma Análise das Representações do Corpo Feminino e o Consumo Cravado na Pele. ¹

Selma Peleias Felerico Garrini ²

Universidade São Judas Tadeu

Resumo

Este artigo analisa a relação entre mediatização e tatuagens femininas, explorando as representações e significados atribuídos a essas tatuagens na cultura visual contemporânea. Com base em uma abordagem interdisciplinar, investigamos como a mídia influencia e como as mulheres adotam e expressam suas tatuagens, examinando a maneira como as imagens e narrativas midiáticas moldam as representações e os discursos femininos de consumo. Utilizando uma perspectiva crítica, analisamos as implicações sociais e culturais da mediatização das tatuagens femininas e sua contribuição para a construção da identidade das mulheres. A partir de um levantamento de tatuagens presente na mídia, verifica-se a previsibilidade do repertório das imagens, pois são elementos triviais dos times reconhecidos no âmbito esportivo, e registram figuras que reforçam signos apaixonantes. As entrevistadas ratificam a hipótese que a tatuagem registra, como signo de memória corporal, momentos da história do time, que as fazem expressar sua paixão à sociedade.

PALAVRAS-CHAVE: tendências de consumo; mediatização; publicização; tatuagens de futebol; corpo feminino

Introdução : A bola rolando

Resultado de um projeto de pesquisa sobre corpo, identidade, consumo e mídia, intitulado: **Fanáticas na Pele**, este artigo aponta para algumas reflexões sobre as tatuagens de torcedoras de futebol inspiradas em suas paixões por seus times e a

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Pesquisa 26 – Publicidade e Propaganda do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado de 4 a 8 de setembro de 2023.

² Pós-doutora em Comunicação pela Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo – ECA/USP; Doutora e Mestre em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP; Bacharel em Comunicação social pela ESPM-SP; Professora de Comunicação da ESPM; Professora Integral da Universidade São Judas Tadeu; Membro do Grupo de Pesquisas Comunicação, discurso e poéticas do consumo do PPGCOM da ESPM; Autora do Livro: do Corpo Desmedido ao Corpo Ultramedido. As Narrativas do Corpo na Revista Brasileira, 2018. sfelerico@gmail.com

construção de identidades midiáticas associadas à resistência feminina nos estádios e na sociedade em geral. Quais são as narrativas, os sentimentos e as razões das mulheres no processo de escolha e de execução das tatuagens? Como a tatuagem transforma seu corpo e/ ou sua vida? Por meio da tatuagem esportiva, a mulher ocupa um espaço maior na cultura do futebol e na sociedade em geral? São questões contempladas nessa pesquisa, ancoradas pela hipótese de que as tatuagens são manifestação de resistência, memória e expressões de paixão e promovem alterações nos regimes de visibilidade e legitimam novos corpos brasileiros.

A classificação aplicada nesse estudo baseia-se no binômio **fanatismo e corpo: emblemas de guerra**: distintivos dos times, escudos das torcidas organizadas, entre outros; **ídolos e conquistas**: autógrafos e imagens de jogadores, taças e campeonatos, comemorações em estádios, cenas e jogadas de partidas inesquecíveis, entre outros. **epígrafes e lendas**: versos dos hinos, frases ditas por jogadores, curiosidades relacionadas ao entrevistado, ao jogador e ao time.

Metodologia: o esquema tático

O percurso metodológico percorre a seguinte ordem: 1. Levantamento documental compostos por mulheres que exibem suas tatuagens e relatam suas histórias em programas de televisão, sites especializados e redes sociais; 2. Seleção de entrevistadas junto a grupos de torcidas organizadas e comunidades específicas de torcedoras de futebol, encontradas via facebook e instagram; 3. Aplicação de uma pesquisa qualitativa em profundidade – com 40 questões que compreendem seu cotidiano, sua paixão futebolística, suas práticas de consumo e suas formas de torcer. As entrevistadas são torcedoras de futebol fanáticas, frequentadoras estádios e consumidoras de vários artigos do time de preferência – camisas (pelo menos seis cada um) bonés, lençóis, toalhas, copos, cadernos, mochilas, pratos, entre outros objetos – sendo: 2 corintiana; 2 palmeirenses, 1 santista; 1 são paulina; 1 flamenguista; 1 gremista; 1 cruzeirense; 1 atleticana paranaense; – totalizando 10 entrevistas, das quais destaca-se algumas falas. O tamanho da amostra foi definido com base no ponto de saturação³ – Esse critério permite

³ Amostragem por ponto saturação é uma ferramenta conceitual empregada nos relatórios de investigações qualitativas. É usada para estabelecer ou fechar o tamanho final de uma amostra em estudo, interrompendo

suspender a inclusão de novos participantes quando os dados obtidos passam a apresentar repetição ou certo grau de redundância – As narrativas foram autorizadas por meio de assinatura de termo de consentimento livre. As imagens apresentadas neste artigo foram escolhidas e cedidas pelas entrevistadas. 4. Registro das histórias e dos hábitos de consumo coletados; 5. Classificação dos vários tipos de imagens encontradas que legitimam novos modelos corpos na sociedade brasileira.

Sobre a relação entre mídia, corpo, identidade e consumo vários autores foram consultados, tais como: David Le Breton que com seus livros – Sinais de identidade: tatuagens, piercings e outras marcas corporais (2004); Adeus ao Corpo. Antropologia e Sociedade (2009) Antropologia do Corpo e a Modernidade. (2013) – que faz uma análise sobre o discurso atual em que o corpo é um simples suporte do indivíduo e revela a intenção da sociedade ocidental de transformá-lo de diversas maneiras – científicas, tecnológicas e estéticas. A Identidade Cultural na Pós-Modernidade – Stuart Hall (2003) argumenta que a pós-modernidade com suas transformações profundas provocaram uma “Crise de Identidade” que fragmentou o homem moderno e descentrou-o, modificando o entendimento do ser humano sobre si mesmo e sobre o mundo que o cerca. Já o conceito de Publicização de Casaqui (2011) foi utilizado para compreender a reprodução das imagens expostas pela mídia nos corpos redesenhados tais como:

... Compreendemos a publicização em seu contexto mais amplo, como etapa do sistema produtivo, elemento decisivo da cadeia que parte da concepção do produto/serviço, do trabalho humano investido em sua elaboração, e depende da comunicação para tornar pública a mercadoria, que somente se complementa com o consumo das pessoas, podemos dizer, com sua consumação. (...) Expandimos essa compreensão da função da comunicação no sistema produtivo, uma vez que o discurso publicitário é municiador de atributos intangíveis, que dialogam com os interesses, necessidades, desejos, quereres dos indivíduos, abordados como consumidores potenciais pelas mensagens que lhes são direcionadas, objetivando estimular sua ação. (CASAQUI, 2011, 133)

Silvertone também foi referenciado por salientar a relação entre mídia e consumo, com autoridade: “Consumimos a mídia. Consumimos pela mídia. Aprendemos como e o que consumir pela mídia. Somos persuadidos a consumir pela mídia. A mídia, não é exagero dizer, nos consome. (2002, p.150).” O consumo, acrescenta o autor, é, ele mesmo

a captação de novos componentes, pois as informações fornecidas pelos novos participantes pouco acrescentariam ao material já obtido, não mais contribuindo significativamente para o aperfeiçoamento da reflexão teórica fundamentada nos dados que estão sendo coletados.

uma forma de mediação, visto que os valores e significados de objetos e serviços premeditados pelos grandes agentes econômicos e pelos publicitários são interpretados e assimilados de acordo com as experiências, os sentimentos e a posição social dos usuários ou das audiências. Outros autores também foram consultados e aparecem no decorrer no artigo.

Destaca-se que o objetivo do projeto é conhecer e avaliar os desejos e as paixões que levam as torcedoras de futebol a cravarem na pele imagens do seu time de preferência, e compreender a resistência sociocultural feminina no futebol.

Torcida: um substantivo feminino

Se para algumas mulheres comparecerem a um estádio de futebol era um problema, hoje elas encontraram uma solução: torcedoras formam coletivos e têm suas próprias torcidas organizadas. Segundo Camila Rocha – uma das fundadoras do **Verdonnas** (torcida feminina do Palmeiras) – entrevistada nesse trabalho: “Deveria ser algo normal para quem gosta de futebol, mas para nós mulheres tornou-se uma forma de se proteger e resistir nas arquibancadas.” Ela ainda afirma: “Nossa intenção não é levantar bandeira política. É simplesmente acolher as torcedoras. Constatamos que sendo mulher o assédio já ocorre e é inadmissível, mas quando você coloca uma camisa de time ele triplica”. A iniciativa teve origem após uma torcedora palmeirense ser agredida e expulsa do metrô por corinthianos em setembro de 2018. “Foi um episódio que nos motivou a tomar uma atitude”, narra Camila. E em pouco tempo, o movimento tomou corpo, ganhou as redes sociais e as torcedoras se identificaram com a causa.

O Corinthians também tem seu próprio movimento, a torcida: **Toda Poderosa Corinthiana**, que por meio de um manifesto divulgado pelas torcedoras do coletivo pede que as mulheres tenham voz nas decisões do clube tanto no comando da equipe quanto da torcida. Em abril de 2023, jogadoras e torcedoras protagonizaram o episódio que culminou com a saída do técnico Cuca – após apenas dez dias no cargo de técnico do time masculino do Corinthians.

As atletas da equipe feminina do Corinthians e o técnico Arthur Elias se posicionaram sobre a contratação do técnico Cuca. Através de publicações nas redes sociais, as jogadoras postaram uma mensagem unificada contra a contratação do técnico de 59 anos. Estar em um clube

democrático significa que podemos usar a nossa voz, por vezes de forma pública, por vezes nos bastidores. "Respeita As Minas" não é uma frase qualquer. É, acima de tudo, um estado de espírito e um compromisso compartilhado. Ser Corinthians, significa viver e lutar por direitos todos os dias - diz a mensagem. (www.lance.com.br)

Mas se a cultura machista ainda impera no futebol brasileiro, alguns coletivos mostram que é possível trazer para o estádio as organizadas femininas. Outros movimentos de torcedoras também apresentam campanhas significativas no cenário brasileiro nos últimos anos, como o Coletivo: **Mulheres de Arquibancada Resistência e Empoderamento** – o objetivo principal do movimento, que percorre o Brasil, é unir rivais em prol da luta contra o machismo. "As mulheres que fazem parte do grupo se identificam com política do Movimento que é empoderamento e resistência. Nossa atuação dentro das organizadas e dos coletivos é buscar uma arquibancada igualitária." Segundo Kitt – uma das fundadoras, em entrevista para o blog *dibradoras*. Esse tipo de iniciativa representa um passo significativo na mudança de paradigma, permitindo que as torcedoras femininas se organizem, expressem suas vozes e reivindiquem seu espaço nas arquibancadas e na cultura esportiva como um todo.

Esses movimentos muitas vezes trabalham para aumentar a conscientização sobre as questões de gênero e os desafios enfrentados pelas torcedoras no ambiente esportivo. Isso inclui casos de assédio, discriminação e violência de gênero, bem como promover uma discussão aberta sobre esses problemas. As torcedoras de futebol desempenham um papel importante na resistência feminina, usando o esporte como plataforma para expressar suas vozes e promover a igualdade de gênero. Eis algumas práticas femininas no futebol que contribuem para a resistência e a legitimidade da mulher na arquibancada: **Visibilidade e Representação:** as torcedoras femininas desafiam estereótipos de gênero ao se envolverem em um esporte historicamente dominado por homens. Sua presença nos estádios e nas arenas é uma forma de reivindicar espaços que muitas vezes foram considerados exclusivos para homens; **Empoderamento:** As torcedoras encontram empoderamento ao se apropriarem do espaço esportivo, demonstrando que as mulheres têm o direito de serem tão apaixonadas e envolvidas no esporte quanto os homens, aumentando a autoconfiança das torcedoras e reafirmando sua autoimagem; **Educação e Conscientização:** As mulheres conseguem usar sua paixão pelo esporte como uma oportunidade para educar e conscientizar sobre questões de gênero. Elas podem organizar

eventos, palestras e campanhas para informar outras pessoas sobre a desigualdade de gênero e promover a igualdade e gerar mídia espontânea nos estádios e no em torno.

Tatuagem, Paixão e Futebol: o time em campo

Nota-se nos corpos femininos observados signos pigmentares expressando suas paixões, lutas e enfrentamentos sociais representados por emblemas, hinos e jogadores do seu time. As torcedoras manifestam em seus corpos a liberdade de escolha gerando novos regimes de visibilidade. À primeira vista, pode-se dizer que as mulheres se tatuam por vaidade. Porém, muita coisa existe por traz do ato de pigmentar permanentemente a pele. Le Breton (2004) afirma que a tatuagem além de marca estética possui o caráter de amuleto protetor. O indivíduo tatuando-se, furando-se escarificando o seu corpo, simbolicamente, toma posse dele. Como a reapropriação de um corpo e de um mundo a lhe escapar. “Nele se crava fisicamente a marca de ser, toma-se conta de si, um sinal que restitui ao sujeito o sentimento de soberania pessoal.” (LE BRETON, 2004, p.22)

A tatuagem constitui um desmembramento da mente. O indivíduo que a adquire transfere para ela a memória de um fato ou de uma situação. A lembrança que antes habitava na memória ou em determinados objetos externos ao corpo, agora é incrustada na pele. (LE BRETON, 2004). O sinal entalhado na pele é a memória de um acontecimento especial que o indivíduo não quer perder a lembrança. É um momento que ele quer registrar e exibir para sempre e para todos. “sob uma forma ostensiva ou discreta, participa duma estética da vida cotidiana, jogando com o segredo segundo o seu grau de familiaridade com o outro.” (LE BRETON, 2004, p.11).

Como exemplo segue a tatuagem da palmeirense entrevistada que registrou na pele a frase famosa do arqueiro palmeirense Marcos – em meados de 2002 o goleiro viveu um dos momentos mais especiais como jogador: sagrou-se campeão do mundo com a Seleção Brasileira. Meses depois, viveu o outro lado da moeda: foi rebaixado com o Palmeiras para a Série B do Campeonato Brasileiro. Valorizado no mercado, recebeu uma proposta milionária do Arsenal em janeiro de 2003. No entanto, preferiu seguir no país e levar o clube alviverde de volta à elite do futebol brasileiro e proferiu a famosa frase:

A tatuagem é um meio de individuação que tem a tarefa de demarcar a diferença em relação ao outro, tatuado ou não (Sanders, 1989). Também constitui uma demarcação de inconformismo que pode expressar a incorporação de uma estética pessoal. Como uma linguagem, a grafia epidérmica permite reivindicar o pertencimento a um grupo social – uma tribo – decodificando uma espécie de “etiqueta coletiva” (SABINO e LUZ, 2006) simbolizando a filiação privilegiada a um grupo social específico que busca demarcar sua identidade coletiva em um processo de identitário. No caso em questão desse artigo: a torcida organizada.

Essa foi minha primeira tatuagem, fui junto com minha filha pra me dar apoio, me sinto realizada em ter esse símbolo no meu peito demonstrando todo amor, carinho e respeito pelo time que escolhi torcer! É um orgulho que nem todos podem ter!!! (MIRANDA, 38 anos)

As modificações corporais não são apenas uma maneira original de afirmar singularidade, tocam em profundidade os jovens, seduzem os adultos, transitam em todas as condições sociais e atraem tanto homens como mulheres. “longe de ser um efeito da moda, mudam o ambiente social, encarnam novas formas de sedução, erguem-se como fenômeno cultural.” (LE BRETON, 2004, p. 10)

Sou viúva e fiquei com seis filhos para criar. Criei e formei quatro. Tenho 62anos, amo academia e frequento a cinco anos. Amo a minha vida, com três netos e filhos tri show. Tenho 42 tatuagens, sendo 39 do Grêmio e 3 indianas, a primeira que fiz foi com 49 anos. Eu costumo escolher o lugar onde elas vão ser mais vistas. Minha Paixão é na potência máxima. Todas demoram muito, todas tiveram mais que uma sessão e eu sempre levo minha sobrinha e minha filha para me acompanharem. Na rua sou muito fotografada, recebo muitos elogios! (GAÚCHA, 62 anos)

De marginal ou de original, a tatuagem tornou-se popular, um signo de referência essencial na pós-modernidade. O seu valor inverteu-se, de maneira durável, cravada na pele deixa de ser efêmera e pela sua dificuldade de remoção, não é mais um modismo, com mais aceitação por uma tribo ou com maior ocorrência por uma década. O corpo é o espaço de representação da identidade e do comportamento social do indivíduo. Como o “eu” quer se mostrar, a imagem que o indivíduo quer transmitir, está registrada e exposta no seu corpo. A marca corporal é uma maneira de se diferenciar.

Foto 4

A definição do desenho não é algo trivial. Não é um problema que se reduza à escolha de uma determinada imagem, mas é de fato a busca de um signo com o qual a pessoa se identifique e, nessa medida, adquira o valor de ser inscrito e eternizado em seu corpo. Portanto, o delineamento dos detalhes da tatuagem requer trabalhar em cima das ideias da pessoa e registros da mídia, às vezes. Para compreender melhor a forma como se desenvolve o processo, segue o depoimento de uma torcedora corintiana:

Tenho três tatuagens do Corinthians: A primeira que eu fiz com 19 anos, minha mãe foi comigo com medo de eu desmaiar, por ter fobia de agulha. A maior delas é a que eu fiz em 2017: o escudo do Corinthians erguido por um gavião que paira no ar. A terceira é um lema, que remete ao Corinthians e a torcida, que foi feita posteriormente. Eu queria que fosse grande, então fiz nas costas com a intenção de fechar o local. Eu fui buscando desenhos junto a amigos, quando criança (pré-adolescente) havia visto uma atriz fazer uma tatuagem do Corinthians com um gavião durante um programa ao vivo de televisão. Achei o desenho incrível e decidi que quando tivesse idade iria fazer igual. (COSTA, 24 ano.)

A tatuagem, do ponto de vista sociológico, é uma linguagem que “está intimamente ligada à organização social: apresentando motivos e temas que servem para exprimir diferenças de posição, privilégios de nobreza e graus de prestígio” (LÉVI-STRAUSS, 1975, p. 292). Para Sabino (2006), formando uma espécie de linguagem em que os desenhos da epiderme apresentam uma “gramática” que possibilita organizar nas tribos urbanas o regime da visibilidade institucional. “o corpo escrito, o corpo pintado não é somente um objeto estético em si; torna-se sujeito de uma transmissão cultural que tem poder de transformar em objetos aqueles que a realizam”. (JEUDY, 2002, p. 92)

A linguagem epidérmica parece manifestar-se por intermédio de uma tradição: a maioria das tatuadas pesquisadas escolhe seus desenhos após uma decisão pessoal que expressa a vontade de distinção. Tatuando-se, buscam singularizar suas figuras, sempre lhes conferindo uma característica diferencial, um detalhe específico; alguns até mesmo “inventam” seus desenhos ou “carregam” no estilo do mesmo ao se dirigirem ao tatuador. Toda essa atitude é engendrada na busca de uma individualidade relacionada à concepção de livre arbítrio e da distinção daquele que faz suas escolhas, pelas quais se vê como plenamente responsável.

Não tive influência, só queria passar meu fanatismo para a pele. Meus pais não gostaram muito no começo, mas depois não ligaram tanto. Fiz

logo após fazer a primeira e a segunda, que são pequenas. Em seguida quis fazer uma grande e sem dúvida seria do meu grande amor. Quis que fosse nas minhas costas pelo tamanho e por ser um lugar que posso esconder dependendo da ocasião...Escolhi fazer Os símbolos do Corinthians, na dúvida entre o primeiro e o último, fiz vários! O nome com certeza precisava dos batimentos cardíacos e a frase é do samba enredo de 2010 da Gaviões da Fiel, em me identifiquei por completo na primeira vez que ouvi ...Quando estava fazendo a tatuagem eu não estava acreditando que era verdade, estava sentindo muita dor mas estava me realizando ao mesmo tempo. Foram 4 sessões, 2 dias, 3 horas cada dia (ORNELAS, 18 anos)

A tatuagem é uma forma de expressão da subjetividade, se convertendo em um ideal de embelezamento ligado a noção de autonomia sobre a anatomia e a singularidade. É um modo de proclamar a subjetividade, por meio do corpo. As tecnologias do eu implicam em formas de aprendizagem e de modificação dos sujeitos, efetuadas por tecnologias do domínio e do sujeito. Quando o sujeito atua sobre si mesmo, uma tecnologia do eu é acionada. As experiências corpóreas são necessárias para o conhecimento de si. As modificações corporais funcionam na construção de tecnologia eu. Quanto um sujeito se modifica, ele atua sobre seu corpo, enquanto as tatuagens permitem ao sujeito transformar seu corpo e sua subjetividade, pensando a subjetividade como corporalidade.

Tenho 43 no total. Relacionadas ao Palmeiras são 32. Minha primeira tatuagem fiz com 18 anos. A primeira do Palmeiras fiz com 23 anos. São 12 do Marcos, 7 do Edmundo, 1 com o Marcos e o Edmundo juntos, 2 do Palmeiras, 1 do Prass, 1 do Valdivia, e 8 de jogadores do Basquete. Não escolho local. O corpo todo é tatuado. Influência nunca houve pelo contrário. Críticas dos meus pais sempre recebi, mas relevei. Fiz porque quis. Na minha vida sempre tomei as decisões que eu queria. Nunca me preocupei com o que as pessoas iriam dizer. Na hora não penso em nada... só quero terminar logo, quero ver o resultado... algumas demoraram, outras foram rápidas. (AMARAL, 41 anos)

A torcedora confere às tatuagens uma dimensão equiparada à matéria jornalística e sustenta que esta deve ser moldada pela operação do desenho dérmico, que implica circunscrição, punção, dor e tingimento. Privilegia o campo escópico, o olhar, o espaço e o tato.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O interesse principal desse artigo esteve pautado nas reflexões sobre as tatuagens das torcedoras de futebol inspiradas em jogadores e seus respectivos clubes e a construção de identidades midiáticas associadas ao fanatismo pelo esporte e a resistência sociocultural feminina. As entrevistas abarcaram eixos como: a motivação em fazer uma tatuagem; o tamanho e local do corpo em que foi feita; quais desenhos escolhidos; os sentimentos atribuídos às tatuagens; e as expectativas em relação ao resultado final. É importante destacar que se priorizou a fala das torcedoras e suas histórias passionais, sem perder o cerne dos eixos temáticos: corpo, identidade, consumo e mídia.

A análise das entrevistas mostrou que, em muitos casos, a tatuagem registra, como a memória do corpo, momentos importantes da história do time daquele que a faz e o desejo de expressar sua paixão e seu lugar feminino no esporte à sociedade em geral.

Conserva-se no corpo a crônica das experiências vividas nos estádios ou sentimentos e representações atrelados ao futebol, que representam uma parcela vultuosa em suas vidas. Para muitas chega a ser a razão da sua existência e sua resistência feminina sociocultural em um espaço considerado masculino para muitos.

Frequentei estádio durante 22 anos. Hoje não vou mais, não faço parte do Futebol Moderno. Ir ao estádio é maravilhoso. Na verdade era. Sou da época da arquibancada, aonde o estádio se dividia entre duas torcidas com uma grande festa. Aonde jogador poderia comemorar o gol da forma que quisesse, aonde a rivalidade só existia dentro de campo. (AMARAL, 41 anos)

Atualmente, a dimensão ritualística da tatuagem se diferencia do passado, em forma, função e significado. Não necessariamente está atrelada a situações coletivas, que retratam momentos de passagem institucionalizados, ou estereótipos sociais. Ao contrário, se ancora na biografia do seu portador. “Percebe-se uma atribuição à tatuagem que comporta um consumo do discurso midiático, simbolizado pelo fanatismo esportivo decodificando o “real” do passado, as expectativas para o futuro ou ainda a intensidade do presente.” (RODRIGUEZ; CARRETEIRO, 2014, p. 754)

A construção da identidade social é um ato de poder, em que o sujeito é obrigado a assumir posições. Segundo Hall (1997), a identidade emerge, do diálogo entre os conceitos e definições que são representados pelos discursos de uma cultura e pelo desejo do indivíduo em responder aos apelos feitos por estes significados, ao serem interpelados por eles, de assumir uma posição de sujeito construída para ele pela cultura, E assim o

ser humano passa a investir em imagens para se identificar. Os sujeitos são "coagidos" a se posicionarem dentro do discurso midiático.

As tatuagens das torcedoras de futebol são manifestação identitárias, memória e expressões de paixão e promovem alteração nos regimes de visibilidade das celebridades e dos heróis contemporâneos confirmando a hipótese levantada início do trabalho. Os temas identificados revelam que a visibilidade depende de componentes individuais mediatizados pelo contexto social e pelos enredos da vida de cada time de futebol – suas conquistas, glórias, escudos, ídolos – e, até mesmo jogadas e comemorações marcantes dos atletas. As estratégias da narrativa publicitária apropriadas pela publicização do eu e forjadas nas tatuagens obedecem às lógicas do consumo, nas quais o reconhecimento do sucesso, a busca pelo novo, a adesão às visualidades urbanas e a modificação dos corpos são um ideário.

De acordo com Le Betron (2007) a crise de significações e valores que abala a pós-modernidade, a procura incansável por novas legitimidades que continuam a se ocultar, a permanência do provisório transformando-se em tempo da vida, são entre outros fatores, os que contribuíram fundamentalmente para comprovar o enraizamento físico da condição de cada ator. O corpo quando encarna o homem é a marca do indivíduo, a fronteira, o limite, que, de alguma forma, o distingue dos outros. Na medida em que se ampliam os laços sociais e a teia simbólica, provedora de significações e valores, o corpo é o traço mais visível do ator. Com a crise da legitimidade torna a relação com o mundo incerta, o ator procura, tasteando suas marcas, empenhar-se por produzir um sentimento de identidade mais favorável. Hesita de certa forma com o encarceramento físico do qual é objeto. Dá atenção redobrada ao corpo lá onde ele se separa dos outros e do mundo. Já que o corpo é lugar de rompimento, da diferenciação individual, supõe que possua a prerrogativa da possível reconciliação. Procura-se o segredo perdido do corpo. Torná-lo não um lugar da exclusão, mas o da inclusão, que não seja mais o que interrompe, distinguindo o indivíduo e separando-os dos outros, mas o conector que une aos outros. (LE BRETON, 2007, p. 10-11). Pode-se concluir que A tatuagem configura-se como um indicador das posições dos sujeitos relacionados aos seus desejos, expressões de identidade e suas práticas de consumo.

Referências bibliográficas

ABEL, João; PANUZZIO, Pedro. **Mulheres se unem para ocupar arquibancadas**. Disponível em < <https://arte.estadao.com.br/focas/capitu/materia/torcida-substantivo-feminino-mulheres-se-unem-para-ocupar-arquibancadas> > acessado em 14 de abril de 2019.

BRAGA Sandro. **A tatuagem como gênero: uma visão discursiva**. In: Linguagem em (Dis)curso – LemD, v. 9, n. 1, p. 131-155, jan./abr. 2009.

CASAQUI, Vander. **Por uma teoria da publicização: transformações no processo publicitário**. São Paulo: Revista Significação, nº 36, pgs. 131- 150, 2011.

FEATHESTONE, MIKE. **Cultura do Consumo e Pós-Modernismo**. São Paulo: Nobel, 1995.

HALL, Stuart. **A Identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2003.

JEUDY, Henri-Pierre. **O corpo como Objeto de Arte**. São Paulo. Estação Liberdade, 2002.

LE BRETON, David. **Sinais de identidade: tatuagens, piercings e outras marcas corporais**. Lisboa: Mosóti, 2004.

_____, **Adeus Ao Corpo**. Antropologia e Sociedade. Campinas: Papius, 2007.

_____. **Antropologia do Corpo**. São Paulo, Vozes, 2013.

LÉVI-STRAUSS, Claude. **As organizações dualistas existem?** In: _____. **Antropologia estrutural**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1975

LUZ, Madel e SABINO, César. **Tatuagem, Gênero e Lógica da Diferença**. *PHYSIS: Rev. Saúde Coletiva*, Rio de Janeiro, 16(2):251-272, 2006

TAVARES, Pedro Henrique; GONZAGA, Rafael. **Mulher e Futebol: Vem Derrubar, Mito Vem**. Disponível em.< <https://revistatrip.uol.com.br/tpm/mulher-futebol-e-machismo-elas-nas-torcidas-femininas-nas-organizacao-dos-clubes-e-dentro-do-campo> > Acessado em 14 de abril de 2019.

ROBERTA, Nina. **Torcedoras se unem em busca de protagonismo na arquibancada**. Disponível em< <https://dibradoras.blogosfera.uol.com.br/2018/10/31/torcedoras-se-unem-em-busca-de-protagonismo-na-arquibancada/?cmpid=copiaecola>> acessado em 14 de abril de 2019.

SEM AUTOR. **Time feminino do Corinthians se posiciona sobre Cuca: ‘Respeita as Minas não é uma frase qualquer’**. Disponível em: <https://www.lance.com.br/corinthians/time-feminino-do-corinthians-se-posiciona-sobre-cuca-respeita-as-minas-nao-e-uma-frase-qualquer.html> > acessado em 10 de agosto de 2023.