

AS MULHERES PRESENTES NO MINEIRÃO E AS RELAÇÕES ESTABELECIDAS COM O ESTÁDIO ANTES E APÓS A REFORMA

Priscila Augusta Ferreira Campos

Dentre os torcedores que frequentam os estádios de futebol, a presença das mulheres tem ganhado destaque, já que cada vez mais elas vêm participando da construção desse espetáculo, tornando-o uma atividade de lazer e contribuindo para a construção de valores significados do futebol.

De acordo com Souza Neto, Campos e Silva (2013), em Belo Horizonte, a presença do público feminino nos jogos de futebol se dá desde as primeiras partidas ocorridas na capital, ainda nos idos de 1904. Essa presença, embora vá se reconfigurando ao longo do tempo, se manteve constante, constituindo-se como um elemento importante da assistência e da torcida, contribuindo para a exacerbação emocional do jogo, legitimando a festa esportiva.

O estudo de Campos (2010) relatou que, com o advento do estádio Governador Magalhães Pinto – Mineirão, em 1965, ao longo das décadas, houve uma progressão do número de mulheres que acessam o estádio pela primeira vez. Analisando a presença de mulheres por décadas, os dados indicaram que, na década de 1990 houve um aumento em 2,5% do número de mulheres que iam pela primeira vez ao estádio em relação a década de 1980 (isto é, de 11% referente à década de 1980 para 28% referente a década de 1990), já na primeira década dos anos 2000, o crescimento foi de 1,3%, totalizando 39%.

Entretanto, embora haja esses apontamentos pouco se sabe sobre as mulheres torcedoras que têm a ida ao estádio para assistir aos jogos do seu clube como opção de lazer. São torcedoras anônimas que não têm os seus nomes creditados como torcedoras-símbolo, quase nunca são apontadas nas pesquisas dos clubes e muitas não aparecem nos telões dos estádios como sinônimo da beleza do clube (uma espécie de capital simbólico). Entretanto, elas não deixam de possuir um pertencimento clubístico e estão presentes nesse espaço com a finalidade de torcer pelo seu time e fazem disso parte de sua vida.

Conforme dados apresentados pelo levantamento feito por Silva e colaboradores (2009), em um conjunto de 626 obras (que incluíam teses, dissertações, artigos de periódicos, anais de eventos e livros), apenas 3% abordava a temática de gênero. Destas, grande parte das que tinham como objetivo verificar a participação da mulher no futebol focou, principalmente, nas praticantes de futebol feminino. Nenhuma obra objetivou estudar, especificamente, as torcedoras (mesmo compreendendo que algumas dedicavam algum capítulo ou algumas passagens para esse público).

Assim, buscando compreender quem eram essas mulheres presentes nos estádios, Campos (2010) realizou uma pesquisa procurando traçar o perfil sociológico das torcedoras do Cruzeiro Esporte Clube e a sua relação com o Mineirão. Ao todo, foram aplicados 443 formulários as torcedoras do Cruzeiro presentes no estádio, durante o ano de 2009. A metodologia ainda contou com a realização de 14 entrevistas semi-estruturadas com as torcedoras que diziam ir sempre ao estádio. Trata-se de uma pesquisa importante para o momento, pois, além da empiria, foi realizada no Mineirão antes de seu fechamento, em 2010, para a reforma de adequação as normativas da FIFA referentes à Copa do Mundo em 2014.

Vinculava-se massivamente, até então, a ideia de que o futebol era considerado um esporte para homens, por trazer valores masculinos de confronto, violência, competição, virilidade, força e coragem (ELIAS, DUNNING, 1992; DUNNING, MAGUIRE, 1997). Nesse raciocínio, o estádio, templo máximo do futebol, seria um equipamento em que as pessoas pudessem relaxar, desestressar, vibrar, expressar o amor pelo seu time e formar a masculinidade do homem (ELIAS, DUNNING, 1992). Também era forte o discurso de que o estádio não era um lugar seguro, por ser permissivo à violência simbólica e também pelos confrontos físicos entre grupos de torcedores em seu interior (REIS, 2006).

As mulheres que desejassem “penetrar nesse ambiente deveriam, em geral, admitir, aceitar e se adequar muitas vezes as difíceis e desgastantes condições de acesso e permanência nos estádios. E ainda que buscassem e reivindicassem melhores condições, elas próprias reconheciam que ‘faz parte’ dos estádios e, portanto, do espetáculo esportivo” (VIEIRA, 2010, p.132). Percebe-se que, de certa forma, ao mesmo tempo em que buscam seu espaço acabam reforçando as normas sociais existentes.

Durante os dois anos que o Mineirão ficou fechado para a sua reforma, muito se especulou sobre o que ele se tornaria e quem seria o seu público frequentador. Assim, em 2012 quando foi reinaugurado, uma grande expectativa surgiu em relação às percepções que as pessoas teriam desse “novo” equipamento, já que, para atender as exigências da FIFA houve grande investimento na segurança e no conforto dos torcedores, acarretando na modificação de sua infraestrutura interna e externa¹. Além disso, houve uma mudança no que seria o conceito desse espaço, vinculando-se a ideia de arena multiuso e o entendimento do torcedor como cliente. “As arenas multiuso tratam o torcedor como cliente, uma pessoa privada. O produto que se compra: o espetáculo futebolístico, o conforto, a comodidade, a infraestrutura e a segurança” (CAMPOS, AMARAL, 2013, p.11).

Buscando compreender essas mudanças, durante o ano de 2013, o Grupo de Estudos sobre Futebol e Torcidas (GEFuT/UFMG) realizou uma pesquisa no Mineirão com o objetivo de verificar as percepções e manifestações dos torcedores frente às mudanças ocorridas no estádio, buscando, também, traçar um perfil sociológico dos mesmos. Ao todo, foram aplicados 582 formulários a homens e mulheres presentes no estádio nos jogos disputados pelas equipes do Cruzeiro e Clube Atlético Mineiro.

Dessa forma, tendo as mulheres torcedoras presentes no Mineirão como objeto de estudo, o objetivo desse trabalho é comparar e analisar o perfil sociológico das mulheres cruzeirenses presentes no Mineirão e a relação que elas estabelecem com o estádio antes e após a reforma.

Para tanto, utilizou-se o recorte de dados coletados com 164 mulheres torcedoras durante o Campeonato Mineiro de 2009 e os dados referentes à aplicação de 47 formulários às torcedoras cruzeirenses durante o Campeonato Mineiro de 2013.

Perfil sociológico das mulheres

¹ Como está inserido dentro do perímetro de tombamento delimitado pelo IPHAN para o Conjunto Arquitetônico e Paisagístico da Pampulha, as obras de modernização do Mineirão mantiveram sua fachada, alterando toda a sua estrutura interna e externa.

Independente do período analisado foi verificado que não existe uma idade específica para adotar a ida ao Mineirão como uma opção de lazer, já que houve uma grande amplitude na idade das mulheres pesquisadas (máximo encontrado foi de 82 anos²). Separadas por faixa de idade, prevaleceram às mulheres com idade entre 19 e 39 anos, conforme tabela 1.

Tabela 1 – Faixa etária (anos) distribuída em percentual por ano de pesquisa

Faixa etária (anos)	Ano da pesquisa	
	2009 (%)	2013 (%)
18 anos	3,1	6,7
19 - 39 anos	54,6	51,1
40 - 59 anos	33,7	35,6
60 anos em diante	8,6	6,7
Total	100,0	100,0

Fonte: Elaborada pela própria autora

No que se refere ao estado civil, em ambos os períodos, há o predomínio das mulheres solteiras, em detrimento das casadas, divorciadas e viúvas. Em relação à escolaridade, verificamos que houve uma mudança no perfil, se em 2009 o predomínio era de mulheres que possuíam o ensino médio completo (59,1%), em 2013, o predomínio foi das que tinham graduação completa (51,3%).

Esse fato reverberou na ocupação profissional, passando de 68,9% para 72,3% de mulheres trabalhadoras, respectivamente. A distribuição de renda entre as torcedoras também se alterou. Em 2009, a maioria das mulheres presentes no estádio (20,7%) recebia entre um e dois salários mínimos, seguidas por 18,3% que diziam não ter rendimento e 17,7 que recebiam entre dois e três salários. Já em 2013, 25,5% recebe entre dois e três salários, 17% entre cinco e dez salários e 14,9% não possuem rendimento.

O carro próprio/família é o meio de transporte mais utilizado para ir ao estádio. Em 2009, a maioria morava na regional³ noroeste (26,16%) e 8,4% na regional leste, já

² Em ambas as pesquisas, a idade mínima para a participação era 18 anos. Isso não nos impede de reconhecer que havia crianças da mais tenra idade presentes no estádio.

³ Desde 1983, como forma de descentralização administrativa, o município de Belo Horizonte está dividido em nove administrações regionais (Barreiro, Centro-Sul, Leste, Nordeste, Noroeste, Norte, Oeste, Pampulha e Venda Nova) que se subdividem em bairros. Isso permite um melhor atendimento ao público e a execução de obras de pequeno porte, além de outras atividades. As administrações regionais foram agrupadas de acordo com posição geográfica e a história de ocupação de cada região. Assim, cada uma apresenta características próprias. Para saber quais bairros compõem cada regional, acessar <www.mapa-brasil.com/m_belo_bairros-regionais.htm>.

em 2013, a regional leste foi predominante (27,27%) e a regional noroeste teve apenas 9% de torcedoras presentes no estádio.

Analisar apenas esses fatores não nos fornece a certeza de que o perfil do público feminino que frequenta o Mineirão se alterou em decorrência de sua reforma, pois, além disso, outras variáveis, tais como as políticas públicas socioeconômicas e as políticas específicas para as mulheres, também podem ter contribuído para essas alterações.

De acordo com Pochmann (2012), entre os anos 2004 e 2010 houve grandes mudanças sociais devido ao crescimento da renda per capita dos brasileiros, do índice geral do trabalho, da redução do grau de desigualdade na distribuição pessoal da renda do trabalho. Ressalta que “as transformações na estrutura social brasileira a partir da primeira década de 2000 apontam para a importância da inflexão das políticas públicas, especialmente aquelas associadas à distribuição de renda como motivadoras da aceleração do crescimento do emprego” (POCHMANN, 2012, p.122).

Além disso, o atual governo federal tem se debruçado em ações que conduzem a uma política que tem a mulher como foco. Tal fato pode ser percebido pelo discurso da presidenta, quando afirma que “o Brasil também se destaca, no mundo, no apoio às mulheres socialmente vulneráveis. Este é um segmento que meu governo vê com especial atenção, pois, quanto mais pobre a família, mais a mulher tem um papel central na estruturação do núcleo familiar. [...] De 2011 para cá, mais de 60% de todas as operações foram feitas por mulheres” (BRASIL, 2014).

Ademais, a presidenta ainda afirma que, “nos últimos onze anos, das 36 milhões de pessoas que saíram da extrema pobreza, mais da metade são mulheres. Igualmente são mulheres, mais da metade das 42 milhões de pessoas que alcançaram a classe média” (BRASIL, 2014).

Dessa forma, esse conjunto de fatores podem ter influenciado na escala e distribuição dos valores apresentados pelas mulheres que estavam presentes no estádio.

Relações estabelecidas com o estádio

Em relação à frequência com que as torcedoras estão presentes no Mineirão para assistir jogos do Cruzeiro, em 2009, 30,5% declarou estar ‘frequentemente presente’ no

estádio e apenas 12,2% estava indo pela primeira vez. Já em 2013, 27% das mulheres nunca tinham ido ao Mineirão antes da reforma, sendo essa a primeira vez que estavam presentes no estádio. Chama a atenção o fato de que dessas, 44% possui faixa etária entre 40 e 59 anos.

Quando se faz o cruzamento dos dados referentes à frequência de ida a campo com a renda, verifica-se que, em 2009, uma parte do grupo de mulheres que se declarou ‘frequentemente presentes no estádio’ recebia de meio a um salário mínimo e a outra parte acima de três salários mínimos. O predomínio de mulheres que se declararam ‘raramente presentes no estádio’ se deu entre as faixas de renda de até meio salário mínimo e de um a três salários. E, por mais contraditório que pareça, a única faixa de rendimento em que houve o predomínio da categoria ‘sempre presente’ foi das mulheres que não apresentavam rendimento (53,3%). Já no ano de 2013, talvez pelo fato do Mineirão estar recém inaugurado e ser uma “novidade”, para todas as faixas de rendimento, houve um predomínio das mulheres que se declararam estar presente pela primeira vez ao estádio. Entretanto, não temos maneiras de mensurar se essa será a única vez em que estarão presentes ao estádio ou se voltarão outras vezes. Chamou a atenção também, a inversão da frequência de ida ao estádio por faixa de rendimento, uma vez que, na faixa ‘sem rendimento’ foi maior a quantidade de mulheres que se declarou ‘frequentemente presente’ em detrimento da categoria ‘sempre presente’ e, a partir da faixa de dois salários mínimos também foi maior a quantidade das que declararam ‘sempre presentes’ em detrimento de ‘frequentemente presente’.

Como visto, a melhoria na renda pode ter influência nessa inversão na frequência ao estádio. Outro fator que pode ter influenciado é a condição de sócio-torcedora, pois, se em 2009, apenas 11% estava nessa condição, em 2013, esse valor subiu para 55%⁴. Seguindo os aportes do marketing esportivo visando o aumento da receita e o estreitamento e intensificação da relação clube-torcedor, vincula-se a ideia de torcedor-cliente, tratando-o como um consumidor que compra, entre outras coisas, a fidelização

⁴ Em 2009, as regras do programa eram outras, geralmente cada sócio-torcedor podia adquirir até dois ingressos com desconto. Com isso, muitas mulheres eram dependentes de outras pessoas para a aquisição de seus ingressos. Atualmente, umas das possibilidades dos dois atuais programas de sócio-torcedor do Cruzeiro é: a) a compra de um pacote anual, no qual, independente do jogo em que o Cruzeiro for mandante no Mineirão ele tem acesso ao estádio ou b) a compra de outra modalidade que dá direito a prioridade na compra do ingresso, este, inclusive, pode ser adquirido pela internet. Em ambos, via de regra, o sócio-torcedor só tem direito a um ingresso.

pelo clube. De acordo com Azevedo (2013), desde 1999, com a mercadorização do futebol, os clubes têm adotado estratégias para manter/aumentar suas receitas. Além das cotas de patrocínio, venda do direito de imagem, venda do uso da marca, entre outros, os torcedores também se transformaram em um segmento a ser explorado. Apoiadas no sentimento de paixão que os torcedores possuem por seus clubes, "as instituições esportivas sensibilizaram seus adeptos conscientizando-os da importância de se associarem ao programa denominado, genericamente, Sócio-torcedor, beneficiando-se de série de vantagens" (AZEVEDO, 2013, p.1).

A ideia é gerar um ciclo rentável e sustentável para ambos. A fidelização permite ao clube recrutar recursos que serão investidos em infraestrutura, melhoria na condição de trabalho dos funcionários, contratação de jogadores e "acolher, com mais qualidade, as demandas de seu público e melhor atender a legislação vigente voltada ao esporte" (AZEVEDO, 2013, p.2).

Outro fator que chama a atenção é o aumento do número de mulheres que vão sozinhas ao estádio. Em 2009, esse valor era de 1,9%, já em 2013, subiu para 10,6%. Isso, de certa forma, contradiz a expectativa e a campanha dos gestores (de um modo geral) para a volta das famílias ao estádio. Não entrando no mérito da discussão sobre o entendimento da categoria família, a comparação dos dados de 2009 e 2013 referente a quem acompanha a torcedora, revelou que, a categoria irmão/irmãos foi a única que se observou um aumento percentual, passando de 15,2% para 17%. Já a categoria pai, teve pouca alteração (de 6,7% para 6,4%). As demais categorias decresceram, a saber: relacionamento afetivo masculino - marido, namorado, companheiro – passou de 51,8% para 25,5%; filhos e/ou filhas, de 31,7% para 27,7%; mãe de 6,1% para 4,3%. Na categoria amigo e/ou amiga também houve um decréscimo passando de 20,7% em 2009 para 10,6% em 2013.

Podemos pensar em alguns elementos que podem ajudar na compreensão desses fatos. Além dos fatores socioeconômicos mencionados anteriormente, houve uma mudança no discurso sobre os estádios brasileiros, a partir do momento em que foram reformados/construídos para sediarem as partidas da Copa do Mundo atendendo ao "padrão FIFA" (FIFA, 2011).

Sobre a infraestrutura existente, o estudo de Campos (2010) mostrou que, embora muitas mulheres considerassem o Mineirão um estádio bonito e imponente pela sua arquitetura e tivessem como hábito frequentá-lo, reconheciam que ele apresentava alguns problemas. A falta de higiene e de cuidados com os banheiros foi a principal questão levantada. Algumas chegaram a reclamar da higiene dos bares, duvidando da procedência e conservação dos alimentos. Outras falaram que deveria haver mais opções de alimentos além do (tradicional) tropeiro. A falta de segurança do estádio principalmente na bilheteria e na saída do jogo, também foi citada pelas torcedoras.

Já no que diz respeito à mudança do discurso sobre os estádios brasileiros, ao ser reinaugurado, o discurso oficial tratava-o por “Novo Mineirão”, transformando-o em uma marca e introduzindo, por meio da publicidade, um novo valor simbólico para este equipamento chancelado pela FIFA, uma marca de escala planetária. Assim, a marca “Novo Mineirão” cria um novo conceito de estádio e de torcedor de futebol. “Essa, de certa forma, apaga o Mineirão e tudo o que a ele se relaciona entre memórias particulares e coletivas de determinado tempo e espaço, dando a conotação de antigo, para o surgimento da marca de um novo governo que trouxe a modernização do estádio para receber a Copa de 2014, daí o adjetivo ‘novo’” (CAMPOS, AMARAL, 2013, p.12).

Em relação à necessidade da reforma do estádio, 66% das mulheres considerou necessário. Sobre o resultado da reforma, as torcedoras consideraram que os aspectos estéticos, o estacionamento interno, a segurança, os banheiros, o conforto e a bilheteria melhoraram. O comércio externo foi o único item que elas acharam que piorou, muito pelo fato de terem retirado os barraqueiros e ambulantes que atuavam no entorno do Mineirão vendendo os mais diversos quitutes (feijão tropeiro, pão com filé, churrasquinho, bebida) e eram considerados uma tradição do estádio, reconhecida por todos aqueles que o frequentam.

Considerações Finais

Podemos perceber que os dados revelam modificações no perfil sociológico das torcedoras, fato que se exemplifica pela escolaridade, ocupação profissional, renda e local

de moradia. Entretanto, eles não nos permitem afirmar que isso levou a uma elitização das torcedoras que frequentam o Mineirão, pois mudanças econômicas e sociais ocorreram no hiato entre essas duas pesquisas, o que também contribuiu para a alteração na escala e distribuição dos valores. Para tanto, seria necessário acompanhar a presença das torcedoras por outros jogos disputados no Mineirão em 2013, visto que o Campeonato Mineiro foi o primeiro torneio disputado nesse estádio após a sua reinauguração.

Além disso, embora a reforma tenha agradado, o estádio “padrão FIFA” não é unânime, já que ele altera a forma como as pessoas se relacionam com o espaço, como pode ser visto nas opiniões sobre as formas de comércio, já que excluiu desse equipamento um dos aspectos de sua tradição.

Referências

AZEVEDO, Alexander G. *O desenvolvimento de estratégia do programa Sócio-torcedor relacionado com a visão Gerencial do futebol profissional no Distrito Federal*. 184f. Dissertação (Mestrado em Educação Física), Faculdade de Educação Física, Universidade de Brasília, Brasília, 2013.

BRASIL. *Pronunciamento da Presidenta da República, Dilma Rousseff, por ocasião do Dia Internacional da Mulher*. 2014. Disponível em: <<http://www2.planalto.gov.br/acompanhe-o-planalto/discursos/discursos-da-presidenta/pronunciamento-da-presidenta-da-republica-dilma-rousseff-por-ocasio-do-dia-internacional-da-mulher>>. Acesso em: abr./2014.

CAMPOS, Priscila A. F. *Mulheres torcedoras do Cruzeiro Esporte Clube presentes no Mineirão*. 142f. Dissertação (Mestrado em Lazer), Escola de Educação Física, Fisioterapia e Terapia Ocupacional, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2010.

CAMPOS, Priscila A. F.; AMARAL, Silvia C. F. A copa do mundo de 2014 e o (novo) Mineirão. *Revista Rua*, Campinas, n.19, v.1, jun/2013.

DUNNING, Erik; MAGUIRE, Joseph. As relações entre os sexos no esporte. *Estudos Feministas*, Florianópolis, v.5, n.2, p. 321-48, 1997.

ELIAS, Norbert; DUNNING, Erik. *A busca da excitação*. Lisboa: Difel, 1992.

FIFA. 2011. Estádios de futebol: recomendações e requisitos técnicos. 5ed. 2011. Disponível em <http://pt.fifa.com/mm/document/tournament/competition/01/37/17/76/p_sb2010_stadiumbook_ganz.pdf>. Acesso em jan. 2014.

POCHMANN, Márcio. *Nova classe média? O trabalho na base da pirâmide social brasileira*. São Paulo: Boitempo, 2012.

REIS, Heloísa H. B. *Futebol e violência*. Campinas: Armazém do Ipê (Autores Associados), 2006.

SILVA, Silvio R.; NICACIO, Luiz G.; CAMPOS, Priscila A. F.; MELO, Marcos A. *Levantamento da produção sobre o futebol nas ciências humanas e sociais de 1980 a 2007*. Belo Horizonte, 2009.

SOUZA NETO, Georgino J.; CAMPOS, Priscila A. F.; SILVA, Silvio R. Das senhoras e senhorinhas nos “grounds” do sport bretão: a história da mulher nos campos de futebol em Belo Horizonte/MG (1904-1920). *Licere*, Belo Horizonte, v.16, n.3, set/2013.

VIEIRA, Valdo. *Sentidos que norteiam a participação das torcedoras nos estádios de futebol*. 209f. Tese (Doutorado em Psicologia Social), Instituto de Psicologia, Universidade Estadual do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2010.