

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ
INSTITUTO DE LETRAS E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO COMUNICAÇÃO, CULTURA E
AMAZÔNIA
MESTRADO ACADÊMICO EM CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO

ALINE MERIANE DO CARMO DE FREITAS

NÃO É SÓ FUTEBOL:

Uma análise dos laços de afetos que envolvem os torcedores do Clube do Remo, a partir de processos socioculturais comunicativos.

BELÉM-PA
2017

ALINE MERIANE DO CARMO DE FREITAS

NÃO É SÓ FUTEBOL:

Uma análise dos laços de afetos que envolvem os torcedores do Clube do Remo, a partir de processos socioculturais comunicativos.

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação Comunicação, Cultura e Amazônia da Universidade Federal do Pará, como requisito para a obtenção do título de mestre em Comunicação.

Linha de Pesquisa: Mídia e Cultura na Amazônia

Orientador: Prof. Dr. Fábio Fonseca de Castro

BELÉM-PA
2017

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal do Pará
Gerada automaticamente pelo módulo Ficat, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

- F862n Freitas, Aline Meriane do Carmo de
Não é só futebol: : uma análise dos laços de afetos que envolvem os torcedores do Clube do Remo, a partir de processos socioculturais comunicativos. / Aline Meriane do Carmo de Freitas. - 2017.
156 f. : il. color.
- Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-graduação em Comunicação (PPGCOM), Instituto de Letras e Comunicação, Universidade Federal do Pará, Belém, 2017.
Orientação: Prof. Dr. Fábio Fonseca de Castro
1. Etnografia. 2. Intersubjetividade. 3. Futebol. 4. Clube do Remo. 5. Comunicação. I. Castro, Fábio Fonseca de, *orient.* II. Título

CDD 302

ALINE MERIANE DO CARMO DE FREITAS

NÃO É SÓ FUTEBOL:

Uma análise dos laços de afetos que envolvem os torcedores do Clube do Remo, a partir de processos socioculturais comunicativos.

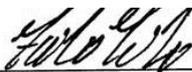
Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação Comunicação, Cultura e Amazônia da Universidade Federal do Pará, como requisito para a obtenção do título de mestre em Comunicação.

Linha de Pesquisa: Mídia e Cultura na Amazônia

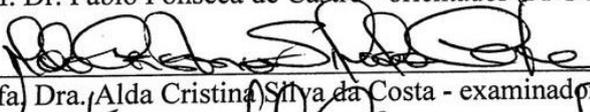
Orientador: Prof. Dr. Fábio Fonseca de Castro

RESULTADO: (X) APROVADO () REPROVADO

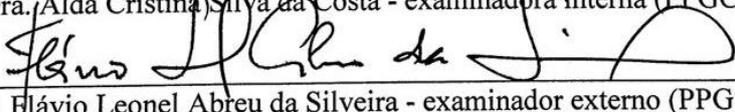
Data: 24 de março de 2017



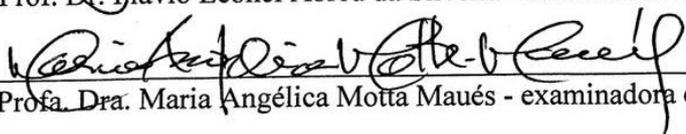
Prof. Dr. Fábio Fonseca de Castro - orientador (PPGCom-UFPA)



Profa. Dra. Alda Cristina Silva da Costa - examinadora interna (PPGCom-UFPA)



Prof. Dr. Flávio Leonel Abreu da Silveira - examinador externo (PPGSA-UFPA)



Profa. Dra. Maria Angélica Motta Maués - examinadora externa (PPGSA-UFPA)

BELÉM-PA
2017

RESUMO

Nesta dissertação proponho uma etnografia da intersubjetividade, isto é, uma análise dos processos socioculturais comunicativos com o objetivo de compreender a sensibilidade e produção de sentidos “sensíveis” que envolvem os torcedores do time de futebol Clube do Remo, a partir de uma dimensão afetiva e coletiva. O amor, a alegria, a dor, a excitação, a raiva e, em alguns momentos, a decepção são alguns dos sentimentos partilhados, afetivamente, pela torcida e fundamentais para a compreensão dos processos de socialidade que os envolvem. Apoiada em uma etnografia densa (GEERTZ, 1989) verifiquei a relação existente entre intersubjetividades e socialidades enquanto prática social do viver coletivamente a emoção. Esta metodologia permitiu maior liberdade entre a pesquisadora e os interlocutores em virtude de possibilitar a vivência, observação e interação. A própria percepção a um olhar, um gesto, um sorriso ajudou na compreensão pretendida e, assim, tudo se tornou relevante durante a pesquisa. A escolha de fazer uma etnografia utilizando como objeto de estudo a torcida do Clube do Remo, com foco na barra brava Camisa 33, ocorreu por motivos singulares. A barra tem como premissa não ter a burocracia das organizadas, possui forte presença na internet e acompanha o Remo em qualquer modalidade que ele estiver participando, inclusive, no esporte amador. Por meio da etnografia foi possível estabelecer uma relação direta com marcadores sociais da diferença e perceber que a torcida é caracterizada por ser classe média, boa parte dos integrantes, são jovens e universitários. Neste sentido, para analisar as relações que o futebol evoca durante os jogos e, para além deles, utilizei a fenomenologia proposta por Alfred Schutz (1967) e que possibilitou a categorização das tipificações engendradas pelos torcedores visando compreender experiências vivenciadas, por eles, em sua cotidianeidade e, portanto, práticas sociais que refletem a dimensão comunicacional do processo intersubjetivo, com foco na dimensão sensível da interação social. Dessa maneira, verifiquei de que modo o afeto, o gosto, o *ethos* e a empatia são tipificados e se fazem presentes na vida social cotidiana da torcida remista. Para fazê-lo, dialogo com um referencial teórico-metodológico com foco na perspectiva da intersubjetividade no qual utilizo conceitos de Alfred Schutz, Arlei Damo, Gilberto Velho, Michel Maffesoli e Roberto DaMatta.

PALAVRAS-CHAVE: Futebol; Clube do Remo; Intersubjetividade, Comunicação; Etnografia.

ABSTRACT

In this dissertation I propose an ethnography of intersubjectivity, that is, an analysis of communicative sociocultural processes with the objective of understanding the sensibility and production of "sensitive" senses involving the fans of the Clube do Remo soccer team, from an affective and collective Love, joy, pain, excitement, anger and, at times, disappointment are some of the feelings shared, affectively, by the crowd and fundamental for understanding the processes of sociality that surround them. Based on a dense ethnography (Geertz, 1989), I verified the relationship between intersubjectivities and socialities as a social practice of collectively living emotion. This methodology allowed greater freedom between the researcher and the interlocutors because of the possibility of experiencing, observation and interaction. The very perception to a look, a gesture, a smile helped in the intended understanding and, thus, everything became relevant during the research. The choice of doing an ethnography using as object of study the rowing of the Rowing Club, focusing on the bar Shirt 33, occurred for singular reasons. The bar has the premise of not having the bureaucracy of the organized, has a strong presence on the internet and accompanies the Remus in any modality that he is participating, including in the amateur sport. Through ethnography it was possible to establish a direct relationship with social markers of difference and to notice that the crowd is characterized by being middle class, a good part of the members, are young and university. In this sense, in order to analyze the relations that soccer evokes during games, and beyond them, I have used the phenomenology proposed by Alfred Schutz (1967) and made possible the categorization of the typifications engendered by the fans in order to understand experiences experienced by them in their daily life, and therefore social practices that reflect the communicational dimension of the intersubjective process, focusing on the sensitive dimension of social interaction. In this way, I have verified how affection, taste, ethos and empathy are typified and are present in the everyday social life of the cheerleader. To do so, I discuss with a theoretical-methodological perspective with a focus on the intersubjectivity perspective in which I use concepts from Alfred Schutz, Arlei Damo, Gilberto Velho, Michel Maffesoli and Roberto DaMatta.

KEYWORDS: Football; Club do Remo; Intersubjectivity; Communication; Ethnography.

O futebol não é uma questão de vida ou de morte. É muito mais importante que isso.

(Bill Shankly)

Dedico este trabalho aos jogadores, comissão técnica e jornalistas esportivos que faleceram no desastre aéreo que vitimou o time de futebol Chapecoense (in memoriam), o qual vivia o auge de sua história: a primeira participação na final de um jogo internacional. Aos torcedores, este trabalho se solidariza com vocês por saber que não é e nem nunca será só futebol.

AGRADECIMENTOS

Ao Rei dos reis e Senhor dos senhores seja toda honra, glória e louvor. A Yeshua Hamashia meus agradecimentos por mais um ciclo que se encerra em minha vida e pela certeza de que um novo tempo começa, a partir da defesa deste trabalho. À Deus pela oportunidade de ter cursado a graduação e o mestrado em uma das maiores universidades públicas desse país, algo ainda restrito em nossos dias.

Ao amigo Espírito Santo que me guardou, livrou e esteve comigo durante todos os dias desse mestrado e que em meio às lutas, dificuldades e desafios de ser estudante da pós-graduação e, ao mesmo tempo, trabalhar oito horas por dia não me deixou desistir. Obrigada papai do céu pela convicção de que o melhor de Deus ainda está por vir e que sonhos foram feitos para serem concretizados. Este trabalho é mais uma etapa para realização do sonho que é cultivado desde os meus 18 anos: o doutorado.

Aos maravilhosos pais Walmir e Rosemeire Freitas que me ensinaram tudo que eu sei hoje e que mesmo não tendo a oportunidade de cursar uma universidade, quando jovens, lutaram contra todas as dificuldades para que eu chegasse até aqui. São por vocês, meus pais, o esforço e a dedicação empregados para terminar essa dissertação. Eu tenho muito orgulho da história de vida de cada um e sou muito grata por terem me amado, educado, protegido, mas também por terem sido sábios e me disciplinado quando foi preciso, isso fez com que eu não me perdesse em meio a tantas “ofertas” do mundo. Amo vocês! E posso dizer que a minha família é um pedacinho do céu. Obrigada por todas as orações, mãe.

À minha irmã Amanda Freitas que sempre será minha caçulinha amada independente da sua idade. Maninha, eu te amo e agradeço os conselhos, as piadas, o ombro amigo, a força e por ser, para mim, inspiração de uma mulher sábia, mãe, profissional e esposa.

À melhor sobrinha do universo, Sofia Freitas, que me alegra com tanto amor e carinho e me surpreende com tamanha inteligência. Há oito anos sou uma pessoa melhor, porque você existe e é a princesa da sua tia. Amo!

Aos meus avós maternos Carlos Alberto e Maria de Lourdes do Carmo e aos paternos Aristotes (in memoriam) e Filomena Freitas que eu ainda tenho o privilégio de conviver e escutar sábios conselhos. Aos meus tios e primos o agradecimento pela torcida e por desejarem meu sucesso tanto quanto os seus.

À Melissa Barra, minha amiga, pela cumplicidade e por ser, em muitos momentos, mais chegada que uma irmã. Marida, saiba que você foi determinante no último ano deste mestrado. Gratidão! Às minhas colegas de turma Lídia Rodarte, Jússia Ventura, Lorena Meira

e Camille Nascimento com quem compartilhei momentos importantes na pós-graduação. Ao irmão de orientação, Hans Costa, pela irmandade e parceria dos últimos 24 meses. Saiba que a tua vitória é a minha também. Parabéns, mestre.

À minha calourinha, mestranda, Rebecca Lima pelas muitas risadas e alegria que esbanja. Saibam que o “Kd teu Deus” é o grupo de whatsapp mais divertido que participo.

À Cecília Meirelles pela amizade que já rompeu a barreira do tempo e mesmo longe se faz presente. Aos “Fui Farristas” prediletos: Raimundo Jr, Natália Failache, Josiel, Patrícia Hermes e Roosevelt Soeiro gratidão pela amizade que nem “a força do tempo irá destruir” e por entenderem o meu sumiço, tão comum, nos últimos meses.

Ao Caíto Martins um dos melhores diretores que tive a honra de ter até hoje, o qual me possibilitou estudar e trabalhar, principalmente, no primeiro ano desse mestrado. Obrigada por ter permitido que eu realizasse dois sonhos, simultaneamente, de ser mestranda e coordenadora de mídias sociais na Agência Quarta Tela Ações Interativas. Gratidão!

Ao meu orientador Fábio Castro, pela paciência em orientar este trabalho e por estar sempre disponível mesmo diante de uma agenda lotada. Obrigada pelas orientações fundamentais na produção dessa dissertação e, principalmente, obrigada por ser inspiração como educador, ser humano e por contribuir para a propagação da ciência no Brasil. Fábio, agradeço pela honra de poder ter sido sua orientanda na graduação e no mestrado. Eu costumo dizer que tenho muita sorte, afinal foram seis anos de muita desconstrução e aprendizado. Você é, para mim, uma das maiores referências do Brasil.

Ao Programa de Pós-Graduação Cultura e Amazônia que me possibilitou estudar com professores incríveis. À Juliana e Eliane que sempre com doçura me atenderam, na secretaria, nos últimos 24 meses. Obrigada!

Ao Fábio Romero um dos homens mais admiráveis que conheci, até hoje, pelo companheirismo, cumplicidade, parceria, atenção e, também, pelos brigadeiros e cervejas que foram convertidos em muitas calorias (risos). Obrigada pelos filmes que assistiu, de novo, só porque eu não tinha visto e precisava me distrair e, principalmente, gratidão por suportar as inconstâncias de humor que se tornaram bem mais acentuadas nessa reta final e, ainda assim, não te deixaram desistir de segurar as minhas mãos. Romero, meus sinceros agradecimentos. És o meu sonho bom, amor. Amo você!

À amiga Luana Castro que facilitou a minha entrada em campo e me apresentou a torcida Camisa 33. Lú, você reinventou, para mim, o que é torcer por um time de futebol. Gratidão eterna por teres descortinado um mundo e me apresentado pessoas incríveis. Ao “comando Icoaraci” que são meus irmãos de bancada, Andrea Borges, Jhennyfer Nascimento,

Lorena Borges e Gabriel Lima que me ajudaram, várias vezes, na pesquisa. Ao querido amigo que o Remo me deu, Mailson Araújo. Nossa parceria está para além do futebol. Ao grupo Remo News 1905, pelas muitas risadas e contribuições para esta pesquisa.

Aos melhores interlocutores do mundo o Fenômeno Azul - a torcida do Clube do Remo – pela generosidade com esta pesquisa. Agradeço ao acolhimento, depoimentos e todos os convites que recebi ao longo de toda a pesquisa de campo. Agradeço, principalmente, por serem esse Fenômeno que me motivou a dissertar e escolher como objeto de estudo: vocês, que são uma torcida linda.

À Barra Brava Camisa 33 que durante dois anos me acolheu como torcedora-pesquisadora e ajudou a escrever a história do Remismo. O meu muito obrigada aos mais de 120 integrantes e ao conselho por terem contribuído, até o último instante, com este estudo.

LISTA DE SIGLAS

BAC	Banda Alma Celeste
CR	Clube do Remo
C33	Camisa 33
PPGCom	Programa de Pós-Graduação Comunicação, Cultura e Amazônia
SF	Setor Feminino
TO	Torcida Organizada
TOR	Torcida Organizada Remista
UFPA	Universidade Federal do Pará

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Luana Castro e a pesquisadora na Camisa 33.....	25
Figura 2 - Localização da C33 no Mangueirão	28
Figura 3 - Barra Brava do Club Boca Juniors: La Doce.....	29
Figura 4 - Homenagem da C33 à Brava Ilha	30
Figura 5 - Torcedores da C33, em 2008, no Jornal Diário do Pará.....	32
Figura 6 - Torcedoras pintando o rosto nas cores azul marinho.....	33
Figura 7 - Elementos regionais na arquibancada.....	34
Figura 8 - Trapos e bandeirolas da C33.....	35
Figura 9 - Torcedoras Renatinha e Fernanda tocando <i>Murga</i>	37
Figura 10 - Primeira vez da Camisa 33, no Mangueirão, em 2009	37
Figura 11 - Camisa 33, no Mangueirão, em 2015	38
Figura 12 - Camisa 33, no Baenão, durante treino dos jogadores.....	40
Figura 13 - Atleta Carlos Ferreira Lopes (Periçá)	60
Figura 14 - Jogador Alcino no Baenão	62
Figura 15 - Vencedor masculino da I Taça Alcino Negão Motora	63
Figura 16 - Clube do Remo comemora os 50 anos do 7x0.....	64
Figura 17 - Pelé vestindo a camisa do Remo.....	65
Figura 18 - Capa Jornal O Liberal 2005	67
Figura 19 - Slogan do Clube do Remo em 2016	69
Figura 20 - Fenômeno Azul.....	71
Figura 21 - Idoso comemorando vitória do Remo no RexPa	72
Figura 22 - Estampas para arrecadar fundos para o projeto Bandeirão.....	77
Figura 23 - Coleção de Camisas do Remo antigas	81
Figura 24 - Coleção de Camisas do Remo	81
Figura 25 - Anúncio de venda de sapato	86
Figura 26 - Torcedor com a camisa do Palmeiras no jogo do Remo.....	89
Figura 27 - Embalagem da cerveja Draft.....	94
Figura 28 - Embalagem da cerveja Tijuca.....	95
Figura 29 - Embalagem Cerpa Gold do Remo	97
Figura 30 - Embalagem Cerpa Gold.....	97
Figura 31 - Exposição de produtos em um supermercado de Belém	98
Figura 32 - Festa surpresa para o João Paulo	99
Figura 33 - Protesto contra o corte de verbas na educação	100
Figura 34 - Campanha da C33 de doação de cabelos para vítimas de escarpelamento.....	101
Figura 35 - Campanha Carona Amiga.....	102
Figura 36 - Presidente do Clube do Remo e Vice	103
Figura 37 - Faixa com o slogan da Camisa 33	107
Figura 38 - Torcedora alentando	111
Figura 39 - Torcedor Gregg tocando trompete.....	112
Figura 40 - Padronização dos instrumentos da banda da Camisa 33.....	113
Figura 41 - Campanha contra o uso de celular na bancada	114
Figura 42 - Trapo feito pela C33	116

Figura 43 - Barra Brava Camisa 33 com o trapo Honra Essa Camisa.....	118
Figura 44 - Tenda Remo News 1905.....	121
Figura 45 - Torcedora Juliane Alves como Leoa Azulina.....	126
Figura 46 - Setor Feminino na bancada e a pesquisadora.	133
Figura 47 - Setor Feminino da Camisa 33.....	134
Figura 48 - “Pelada” do Setor Feminino	135
Figura 49 - Trapo feminino em homenagem às atletas	136
Figura 50 - Protesto Setor Feminino	137

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	15
1 A ENTRADA EM CAMPO	24
1.1 Somos a Barra do Remo, aquela que não para de apoiar	31
1.2 Percurso teórico-metodológico	42
1.3 Futebol no Pará.....	57
1.4 Clube do Remo.....	58
2 UM SENTIMENTO NÃO TRATE DE ENTENDÊ-LO.....	71
2.1 Dizem que somos loucos da cabeça	75
2.2 Jogo do Leão, camisa do Leão	88
2.3 Com a camisa azulina e a cerveja na mão	93
2.4 Solidariedade Social	99
3 TU VENS, TU VENS, EU JÁ ESCUTO TEU SINAIS	104
3.1 Camisa 33 x Alma Celeste.....	122
3.2 Futebol raiz x futebol moderno	125
3.3 Setor Feminino da Camisa 33.....	131
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	139
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	142
ANEXO A - FICHAS DO CONSELHO CAMISA 33	145
ANEXO B - LETRAS DE MÚSICAS SUGERIDAS PELOS TORCEDORES	147

INTRODUÇÃO

Pensar o futebol a partir da centralidade das emoções e dos vínculos afetivos que os torcedores do Clube do Remo¹ estabelecem com o seu time objetivando analisar fenômenos sociais contemporâneos, na comunicação, é a proposta desta pesquisa. Para fazê-la escolhi um procedimento qualitativo obedecendo ao padrão fenomenológico² com foco na perspectiva intersubjetiva, no qual utilizo o conceito de tipificação proposto por Schutz (1967). Essa noção é útil para análise da cotidianeidade visto que a tipificação é uma experiência básica e estruturante da vida em sociedade. É equivalente à prática social e reflete a dimensão comunicacional do processo intersubjetivo com foco na experiência sensível da interação social.

Objetivando verificar de que maneira o afeto, o gosto, o *ethos* e a empatia são tipificados e se fazem presentes na vida social cotidiana da torcida remista utilizei a estratégia de questionar os processos intersubjetivos dos torcedores visando definir padrões e regularidades perceptíveis na experiência compreensiva dos interlocutores investigados em sua cotidianeidade. No caso dessa pesquisa, dos processos de socialidades da torcida. Essa decisão permitiu perceber o conceito como um processo dialógico, sempre em curso, e como um instrumental útil à análise de práticas intersubjetivas num ambiente urbano.

O aporte teórico-metodológico dessa dissertação dialoga, ainda, com o pensamento de Maffesoli sobre a noção de Estar junto (1998; 2003; 2010) visando discorrer sobre as emoções e os afetos que envolvem a torcida, os quais são sentidos e partilhados coletivamente. Pretendendo discutir futebol enquanto fenômeno social que constitui o *ethos* das identidades coletivas do ser brasileiro e, para isso, recorro as proposições dos teóricos Ribeiro (1985), DaMatta (1975; 1982) e Gastaldo (2014). No que tange aos torcedores emocionalmente engajados emprego o conceito de pertencimento clubístico de Damo (2015).

¹ O Clube do Remo é um time de futebol de Belém do Pará e será caracterizado, posteriormente, ao longo do trabalho.

² Fenomenologia é um método filosófico que surgiu no início do século XX, na Alemanha, e que tem a sua origem no trabalho de Edmund Husserl, o qual recebeu influências do pensamento de Platão, Descartes e Brentano. O termo fenomenologia significa estudo dos fenômenos, daquilo que aparece à consciência, daquilo que é dado, buscando explorá-lo. Tal abordagem filosófica identifica-se por assegurar o sentido dado ao fenômeno. O objetivo da Fenomenologia é estudar os fenômenos tal como são experimentados na consciência tentando, deste modo, perceber como é que as pessoas constroem o sentido. Para a Fenomenologia, a nossa experiência do mundo, no qual os nossos pensamentos se fundam, é intersubjetiva porque experimentamos o mundo com outros e através de outros. A fenomenologia constitui a base do pensamento de Schutz e, assim, portanto, a estruturação da sua sociologia e da sua teoria das tipificações.

Por meio desse aporte teórico e do método etnográfico me propus a pensar o esporte dialogando, de maneira interdisciplinar, comunicação, antropologia e a fenomenologia objetivando compreender a carga afetiva que a torcida estabelece com o Remo, perceptível nas músicas cantadas na bancada e nos depoimentos coletados durante a pesquisa de campo.

Schutz (1978) indica a impossibilidade de fazer pesquisa em ciências sociais sem considerar a intersubjetividade das pessoas e o meio a que estão inseridas. Neste sentido, a escolha pela etnografia ocorreu em virtude desse método possibilitar maior liberdade entre pesquisadora e os interlocutores e isso contribuiu, de maneira significativa, para a percepção dos processos intersubjetivos, para a observação da vivência e das interações dos remistas. Fundamentais para realizar o que Geertz (1989) considera como descrição interpretativa, a qual consiste em analisar o que está por trás e dentro do menor gesto humano, no caso desse estudo, das atitudes, comportamentos e afetividade formados entre a torcida e o Clube do Remo.

Essa pesquisa foi construída desde o primeiro ano que adentrei no mestrado, mais precisamente, em setembro de 2015 quando iniciei a pesquisa de campo e teve a duração de 15 meses. Munida, várias vezes, de meu aparelho celular pude registrar o amor, a alegria, a dor, a excitação, a raiva e, em alguns momentos, a decepção dos torcedores. Sentimentos partilhados afetivamente e fundamentais para a compreensão intersubjetiva dos processos de socialidade que envolvem a torcida, a qual é facilmente observada por meio das médias altas de comparecimento nos estádios. O Fenômeno Azul, como é conhecido à torcida azulina, é um dos maiores patrimônios do Leão.

Durante a pesquisa importou não apenas o que foi dito verbalmente, mas, também, a maneira como se expressavam e comportavam coletivamente. Uma vez que a maneira de sentir e experimentar a mesma emoção, por meio do pertencimento a um grupo ou tribo, de acordo com Maffesoli (1998, 2003, 2010), reflete formas de viver socialmente manifestadas durante, no caso dessa pesquisa, a hora do gol nas partidas de futebol. Por isso, foi necessário que houvesse sensibilidade, como pesquisadora, ao semblante dos meus interlocutores e isso gerou um material interessante para o desenvolvimento desse estudo e tornou a pesquisa mais singular.

Os gestos, sinais, emoções durante os jogos, as conversas quotidianas nas redes sociais, os churrascos pré-jogo, as “peladas” nos finais de semana, os encontros no “bar do seu menino”³ - ponto de encontro dos remistas. Além dos aniversários dos torcedores e os

³ O bar é localizado na Avenida Conselheiro Furtado, número 2778.

eventos quando o time não possuía calendário como pagodes, viagens, shows e a participação em partidas de esporte amador foram importantes para compreensão do fenômeno estudado. Por isso, dediquei-me a conviver com meus interlocutores ao longo dos dois anos em que cursei o mestrado em Comunicação, Cultura e Amazônia.

Nóbrega (2012) aponta que o pesquisador é também ator e participante, sendo importante adotar a compreensão no lugar da explicação. O autor defende, ainda, que observar e participar são melhores para entender do que, simplesmente, perguntar. As respostas vêm com o tempo, junto com a observação e a participação: “o exercício da ação de colocar-se no lugar do outro, apontando que é preciso uma atitude de empatia, subjetividade e intersubjetividade”. (p. 276).

Apesar de conhecer o cotidiano dos estádios, ao escolher estudar o afeto dos torcedores do Clube do Remo, com foco na barra brava Camisa 33⁴, me deparei com uma nova realidade e que era desconhecida para mim. Até aquele momento, não sabia o que era uma torcida com inspiração nas *hinchas*⁵ sul-americanas e foi a partir da pesquisa de campo, aliada as leituras, é que pude perceber as diferenças e similaridades com as torcidas organizadas.

Cabe aqui uma observação: quando vou ao estádio, a princípio, vou pensando em assistir ao jogo de futebol, no prazer de torcer pelo meu time. Só então, depois, quando chego ao campo é que me lembro do fazer etnográfico. Ou seja, naquele momento, não cabe mais ser, apenas, a torcedora ou pesquisadora como se as duas funções estivessem desconectadas. Os dois papéis caminham juntos. Explico: em vários momentos, como na hora do gol, eu estava gravando e fazendo relatos sobre a torcida e me percebia emocionada gritando pelo time ter aberto o placar. Ali, a torcedora falou mais alto, em outros instantes, a pesquisadora se sobrepunha como ocorreu ao assistir o Re-Pa do lado b. A decisão em ir para arquibancada adversária foi uma escolha como pesquisadora, já que nunca havia pisado do outro lado e tinha aversão a conviver com a torcida adversária.

É importante dizer, também, o meu lugar de fala. Nessa pesquisa, coloco-me como jornalista, pesquisadora em comunicação, apaixonada por futebol e torcedora do Remo disposta a analisar, por meio de um olhar atento, as inquietações, depoimentos e respostas dos azulinos sobre o amor que sentem pelo clube. É preciso discorrer, ainda, sobre os motivos que me levaram a escolher os azulinos como objeto de estudo. O primeiro deles é a condição de ser torcedora do time, em grande parte, pela influência paterna, fato que contrariou o desejo

⁴ A Barra Brava Camisa 33 será caracterizada, posteriormente, ao longo do trabalho.

⁵ No idioma espanhol, a tradução para *hinchas* são torcedores, fãs, simpatizantes e/ou seguidores.

de minha mãe que torce pelo time rival, o Paysandu⁶. Apesar de ter tido acesso aos dois clubes escolhi o Remo, ainda na infância, o que contribui para fortalecer a tese defendida pelos azulinos: a de que ninguém se torna remista, simplesmente – se nasce – é o tal “sangue azul marinho” correndo nas veias - uma metáfora em alusão as cores do clube e ao amor pelo time que surge ainda na infância. Durante a pesquisa de campo recordo-me do depoimento da torcedora Rosiléa, 27 anos, e que corrobora a teoria do “código genético azulino”.

Amor de remista nasce com ele, como se estivesse no nosso DNA. Indescritível, insuperável, infinito. É algo tão grandioso, que é capaz de atingir corpo e alma, que ultrapassa os limites, que impulsiona as mais amorosas declarações, que arrepiam, que faz lágrimas escorrerem dos olhos. O Clube do Remo desperta algo surreal em cada um dos milhares de loucos espalhados por esse mundo. Porque não se vira remista, nasce. **(Rosiléa Cavalcante)**.

Por meus pais não terem filhos homens era comigo que papai compartilhava o seu amor pelo futebol e isso me fez crescer discutindo os polêmicos lances de bola parada, um escanteio mal batido, o “golaço” ou a “catimba⁷” dos jogadores durante as partidas oficiais, fossem elas em campeonatos regionais, nacionais e/ou internacionais.

Costumo dizer que o gosto pelo futebol e a representatividade que o esporte possui na minha vida é grande, já que comecei a frequentar os estádios para assistir o Leão⁸ jogar na companhia de meu pai. Era tradição irmos juntos ao campo, mas esse costume foi interrompido após a queda do nosso time para a série D do Campeonato Brasileiro, em 2008, ano em que a competição passou a ter apenas 20 clubes e foi criada a quarta divisão do futebol (para evitar o rebaixamento era necessário que os clubes disputassem os dois primeiros quadrangulares⁹). O Remo não conseguiu conquistar a classificação e foi rebaixado.

Nas temporadas subsequentes, para conquistar a vaga era necessário ganhar o título do Campeonato Paraense, mas o clube não obteve sucesso nos anos de 2009, 2011 e 2013 e ficou sem calendário durante o segundo semestre. Foi nesse contexto que meu pai afastou-se do estádio e essa decisão durou os sete anos em que o Leão esteve sem divisão ou na série D,

⁶ O Paysandu Sport Club foi fundado no dia 2 de fevereiro de 1914 por antigos membros do Nort Club. É também conhecido como Papão da Curuzu, em referência ao Estádio Leônidas de Castro (Curuzu). O Paysandu tem como principal rival o Clube do Remo, com quem disputa o clássico de futebol com mais partidas disputadas no Brasil, o Re-Pa. O Paysandu tem como mascote o Lobo.

⁷ Catimba é o termo utilizado para nomear a postura dos jogadores objetivando evitar que o adversário consiga desenvolver seu jogo. Essa estratégia é considerada comum em países da América do Sul e também é conhecida como manha, cera, drama, provocação.

⁸ O Remo tem como mascote o Leão e é popularmente conhecido como leão azul, em referência ao símbolo e à cor oficial do clube, o azul-marinho.

⁹ Quadrangular é uma disputa entre quatro clubes que jogam entre si objetivando somar a maior pontuação e conquistar a classificação para a próxima fase da competição.

última fase do futebol brasileiro, que é nomeada pelos torcedores como o “limbo” ou inferno do futebol. Segundo papai, o time não merecia que a torcida acreditasse e fez o juramento de que não pisaria em campo até o Remo se ajeitar.

Durante esse tempo, aos convites que fiz, sempre recebi as mesmas respostas: “enquanto o time não honrar a camisa eu assisto na televisão e se toda a torcida fizesse o mesmo, o Remo já teria tomado rumo”. A resposta dele sempre me irritava, confesso, porque a meu ver se abandonasse o clube seria pior, mas eu o entendia, afinal eram anos de resultados desfavoráveis.

Por ouvir constantemente a frase “tem que honrar a camisa”, em casa, e ao escutar a canção da Camisa 33 (C33) com esse título e recordar que ela embalou o time na disputa pelo acesso à Série C questionei o que significava aquela afirmação para os torcedores, já que em muitos momentos da pesquisa eles relataram que quando se fala de Remo essa música é uma das canções que os faz lembrar o Leão.

Honra Essa Camisa

Uma coisa eu te peço
Joga com raça e paixão
Honra essa camisa
Meu poderoso Leão

Os depoimentos dos torcedores, juntamente com a minha vivência nos estádios, especialmente durante o primeiro ano do mestrado, já que estava mergulhada nos jogos na disputa pelo acesso, me possibilitaram enxergar os remistas não mais como apenas torcedores: agora, também, interlocutores de uma possível pesquisa. Lembro-me de subir a rampa do estádio Olímpico Estadual Jornalista Edgar Augusto Proença, conhecido como Mangueirão, e fazer os seguintes questionamentos: Por que tanta gente continua vindo ver o Remo jogar mesmo com o desempenho ruim dos últimos anos? O que leva o torcedor a acreditar, mais uma vez, que dessa vez pode ser diferente? O que motiva o remista a sair de sua casa, pagar por um ingresso caro, pegar chuva, sol, ônibus, gastar gasolina, se locomover até o estádio e fazer tudo isso quando o time está em uma situação ruim há mais de sete anos? O que motiva essas pessoas a lotarem o campo e dizer: a tua torcida vai te levantar? A canção “Dizem que somos loucos da cabeça”, também de autoria da Camisa 33, é significativa acerca dos afetos que envolvem a torcida e o clube de futebol, principalmente, no trecho: “um amor que só cresce a cada ano. Remo, nas boas te quero e nas ruins te amo”.

É preciso relatar que a entrada em campo foi facilitada, em grande parte, devido a minha aproximação com o objeto de estudo, mas, ainda assim, algumas questões e incertezas se fizeram presentes ao longo desse trabalho: como iria me apresentar aos torcedores? Como

torcedora, pesquisadora, ou torcedora que iria escrever sobre eles? Entrei nos grupos de whatsapp¹⁰, da Barra, como a remista que sou sem mencionar, no primeiro momento, que faria uma pesquisa sobre a C33. Ali, passei a tomar notas da interação existente entre a torcida e comecei a frequentar os espaços de lazer da barra e, principalmente, ficar na arquibancada no espaço que a Camisa 33 se concentra. Foi após o primeiro mês convivendo com os torcedores que decidi, então, me apresentar como estudante de mestrado, pesquisadora, remista e que meu objeto de estudo seriam eles. Fato que gerou, de imediato, curiosidade e muitas perguntas a respeito da pesquisa.

Antes de fazer o comunicado, a preocupação era se os torcedores concordariam ou não em participar do estudo e, inclusive, em me deixar observar e vivenciar os momentos de lazer e o dia a dia da torcida. Meus questionamentos eram: como eles irão se comportar diante do olhar do outro? Minha presença causará desconforto? Tal foi a minha surpresa ao perceber o acolhimento, bem como, o interesse sobre como eu os observava e o que escrevia. Ao me verem gravando áudio, no estádio, queriam dizer algo para que eu registrasse, me chamavam no whatsapp e se colocavam dispostos a ajudar e contribuir com a pesquisa e eram recorrentes as brincadeiras: “Aline do TCC, só observa nossas conversas” e, ainda, “a Aline vai furar, de novo, porque ela está ocupada escrevendo sobre a gente”. Essa frase eu escutei, repetidamente, quando estava na reta final dessa dissertação e não podia comparecer aos eventos.

Durante a minha *entrée* cultural e a escrita desse trabalho outros questionamentos foram surgindo. Será que conseguirei descolar a torcedora da pesquisadora? Isso será possível? O receio de não conseguir escrever esse trabalho foi paralisante, em muitos momentos, e só foi possível superar a partir da leitura de DaMatta (1974) e Velho (2010) que consideram a análise do familiar, a partir do estranhamento.

Para DaMatta (1974) há um medo nas pesquisas sociais de “não assumir o lado humano e fenomenológico da disciplina”, isto é, mostrar a carga intersubjetiva que envolve as pesquisas de campo e seus resultados. Algo que o autor compara ao universo infantil e que eu recordo-me ter sido, também, um dos meus medos durante o fazer etnográfico.

O problema é, então, o de tirar a capa de membro de uma classe e de um grupo social específico para poder — como etnólogo — estranhar alguma regra social familiar e assim descobrir (ou recolocar, como fazem as crianças quando perguntam os "porquês") o exótico no que está petrificado dentro de nós pela reificação e pelos mecanismos de legitimação. (DaMatta, 1974: p.5)

¹⁰ O WhatsApp Messenger é um aplicativo de mensagens instantâneas para Smartphones em que os usuários podem se comunicar com seus contatos que possuam instalados o aplicativo sem precisar telefonar ou enviar mensagens de texto.

Concordando com as palavras de Velho (2010) “alguma coisa ser familiar não significa que ela seja conhecida e que, portanto, para estudar o familiar você tem que desenvolver uma estratégia própria de objetivação, de estranhamento, de distanciamento, nem que seja em um movimento de ir e vir”. É nesse sentido que me propus a estudar o “nós”, isto é, analisar a afetividade que envolve os torcedores do Remo sendo uma torcedora do clube. Para fazê-la precisei, por exemplo, assistir ao jogo do Paysandu, mais precisamente, um Re-Pa que é um dos maiores e mais antigos clássicos brasileiros, do lado B, local destinado à torcida bicolor mesmo não sendo eles o meu objeto de estudo. O meu interesse, ali, era participar de um jogo na barra brava do time: a Banda Alma Celeste (BAC) objetivando enxergar o outro, o diferente, a torcida rival, ir a um lugar em que nunca estive e a partir daí, após desenvolver um estranhamento, poder retornar e olhar o meu objeto mais próximo da razão sensível que nos fala Maffesoli (1998):

Considerando o sentimento coletivo e suas consequências, tanto sociais quanto políticas, é possível a existência de uma razão sensível que integre a sensibilidade no ato do conhecimento. Tratando dos afetos, o autor afirma; não há domínio que esteja indene da ambiência afetual do momento. A política, evidentemente, que se tornou um vasto espetáculo de variedades que funcionam mais sobre a emoção e a sedução do que sobre a convicção ideológica; mas, igualmente, o trabalho, onde a energia libidinal exerce um papel importante; e não esquecendo todas as efervescências musicais e esportivas que são tudo menos racionais. Tudo isso mostra que existe uma dialética entre o conhecimento e a experiência dos sentidos. (Maffesoli, 1998: p.192).

Travancas (2006) diz que a proximidade com a área de estudo, também, não impossibilita a pesquisa, uma vez que permite aliar o forte desejo em entender, de maneira científica, práticas sociais quotidianas vivenciadas por uma torcida de futebol, no Pará, à empatia que possui pelo clube.

Não creio que estar próximo do grupo investigado seja fundamental, mas acho sim que ter um enorme interesse, uma grande curiosidade em conhecê-lo melhor são fundamentais. Não se deve "brigar" com o objeto. Pesquisa não é tarefa simples. Tem seus imprevistos, exige muita disciplina, um aprofundamento no tema. E se o seu objeto te desagrada, mude. Pode ser o "melhor tema do mundo", que dificilmente você conseguirá realizar um trabalho de qualidade. Porque como vimos, a subjetividade do pesquisador é elemento importante no processo. Pode ajudar, mas também atrapalhar. (Travancas, 2006: p.12)

De acordo com Hanks (2013), fazer uma etnografia da intersubjetividade seria fazer uma descrição cuidadosa das dimensões corporais, cognitivas e afetivas de co-envolvimento entre indivíduos. Para DaMatta (1974) a carga afetiva na pesquisa de campo é importante para entender o fenômeno social.

Seria possível dizer que o elemento que se insinua no trabalho de campo é o sentimento e a emoção. Estes seriam, para parafrasear Lévi-Strauss, os hóspedes não

convidados da situação etnográfica. E tudo indica que tal intrusão da subjetividade e da carga afetiva que vem com ela, dentro da rotina intelectualizada da pesquisa antropológica, é um dado sistemático da situação. (DaMatta, 1974: p.6)

O que significa fazer uma etnografia da intersubjetividade – ou dos processos socioculturais intersubjetivos? Junto a essa questão coloco, também, algumas outras: de que maneira posso compreender os processos de sensibilidade e de produção de sentidos “sensíveis” na torcida do Clube do Remo? Qual a dimensão comunicacional dos laços de afeto que envolve a torcida e como posso etnografá-la? De que maneira são tipificados os laços de afeto entre os torcedores do Clube do Remo?

Concordando com Morin (2001, p.126), “devemos interrogar a ciência na sua história, no seu desenvolvimento, no seu devir; sob todos os ângulos possíveis”. Isto implica dizer que em se tratando de intersubjetividade, sensibilidades e afetividades as quais são temas amplos e complexos é preciso analisa-las por várias perspectivas. Dessa maneira, é escopo do trabalho verificar o que une os torcedores em torno de uma experiência estética do viver coletivamente a emoção de ser torcedor. Para fazê-lo, defini a construção teórica e metodológica dessa dissertação em três capítulos.

No primeiro, apresento como ocorreu a entrada em campo e relato a primeira ida ao estádio acompanhando meus interlocutores, além da participação no churrasco pré-jogo chamado por eles de aquecimento. Apresento, ainda, as torcidas barra bravas e traço um paralelo com as *hinchas* sul-americanas, as quais são as principais influências desse estilo de torcer. Meu olhar adentra no percurso teórico-metodológico dessa dissertação e aproveito para explicar a escolha metodológica de iniciar o trabalho já expondo o meu objeto. Decidi não fazer um capítulo exclusivamente teórico, mas costurar toda a dissertação, isto, é entrelaçá-la dialogando a pesquisa de campo com os conceitos e noções dessa pesquisa. Abordo, ainda, a origem do futebol no Pará com um breve relato sobre a chegada do esporte no estado e apresento meu objeto de estudo: os torcedores do Clube do Remo.

Aproveito para relatar que a escolha dos títulos dos capítulos se deu por inspiração nas canções da Camisa 33 e que foram muito citadas e cantadas pelos interlocutores. No segundo capítulo, por sua vez, apresento como se dá o processo de tipificações do amor que sentem os torcedores do Clube do Remo sob o título: Um sentimento não trate de entendê-lo. Esse espaço versa sobre o que é a emoção de ser remista em que discuto a noção de pertencimento clubístico de Damo (2015) entrelaçada ao Remismo que é um termo nativo utilizado por meus interlocutores e usado para classificar os torcedores “fanáticos” pelo time. A percepção do Remismo possibilitou traçar um paralelo com o conceito de grupos externos proposto por

Schutz (2012) que explica a falta de compreensão das atitudes de determinado grupo social por quem está fora.

No caso da pesquisa, quem não é torcedor do clube ou emocionalmente engajado e, portanto, não consegue compreender os sacrifícios que os torcedores fazem pelo time. Durante a pesquisa de campo verifiquei, ainda, que o amor pelo Remo é o que não permite o abandono do clube e, por isso, a expressão o “amor é o que o amor faz”, para eles, é mais representativa do que sentem. O Remismo também é tipificado por meio de outros quatro elementos analisados nesse capítulo: família, amigos, religião e Nação Azul.

Ainda no segundo capítulo, traço um paralelo entre a aversão que os torcedores azulinos têm a cerveja Tijuca, por lembrar as cores do time adversário, à ressignificação das marcas que ocorre, anualmente, durante o Festival Folclórico de Parintins. O capítulo também é um espaço para discutir o conceito de solidariedade social, de Maffesoli (1998), que tem aplicabilidade nas atitudes dos torcedores em prol de ajudar seus pares.

O terceiro e último capítulo sob o título Tu Vens, tu vens, eu já escuto teus sinais foi nomeado dessa maneira por ter sido uma música frequentemente utilizada pelos torcedores nos momentos de ansiedade pré-jogo. A música é inspirada na canção Anunciação, conhecida na voz de Alceu Valença. Após um grande período de recesso, em que estavam desejosos para ver o Remo voltar a jogar, boa parte das vezes, fruto de uma eliminação precoce na temporada eles utilizavam essa canção nas suas conversas quotidianas, nos grupos e nas redes sociais.

Nesse espaço discuto, também, o conceito de Estar Junto dos remistas, Maffesoli (1998, 2003, 2010); os processos de socialidade que envolvem os torcedores bem como relato a vivência na torcida barra brava do time adversário e discuto, ainda, o processo de elitização do futebol, além de trabalhar os afetos compartilhados coletivamente. O capítulo é, ainda, o espaço em que traço um paralelo entre a crença dos remistas que dias melhores virão e neles o Clube do Remo conseguirá retornar para aquela que seria a melhor fase da sua história com o conceito de sebastianismo e, também, trabalho a noção de laços sociais de Granovetter (1973).

1 A ENTRADA EM CAMPO

O acesso aos meus interlocutores foi facilitado, em grande parte, porque sou remista e amiga de Luana Castro, 29 anos, formada em Recursos Humanos e integrante da Barra Brava Camisa 33, que é um movimento de torcedores do Clube do Remo inspirados, principalmente, nas hinchas sul-americanas como a Argentina, Uruguai e demais países de língua espanhola da América Latina.

Por ser integrante da C33, desde 2014, Luana conhece a maioria dos membros e todo o conselho da barra. Conhecê-la foi determinante para a minha inserção no grupo pesquisado, porque foi por meio dela que tive o meu primeiro contato com a torcida, aliás, antes disso eu pouco sabia do que se tratava e quais as diferenças em relação a torcida uma organizada.

No dia 3 de outubro de 2015, durante uma manhã chuvosa de domingo, eu ainda estava aproveitando o clima ameno para dormir, já que fazia algo em torno de 24°C - temperatura incomum em uma cidade como Belém. O celular tocou, me acordando: era Luana avisando que estava chegando à minha casa para irmos ao churrasco pré-jogo que iria anteceder a partida entre Remo e Palmas, ocorrida pela série D do Campeonato Brasileiro. A minha surpresa foi quando Luana disse que em 20 minutos estaria em minha porta e ainda eram 10 horas da manhã e a partida estava marcada para 18h30. Questionei o porquê de precisarmos ir tão cedo e ela respondeu que era para aproveitarmos o aquecimento.

Os torcedores costumam chamar assim o pré-jogo, que reúne uma parte da torcida na casa de um dos membros, horas antes da partida. Confesso que fiquei relutante, afinal ainda faltava muito tempo para o início do jogo, estava chovendo e eu nunca havia saído tão cedo com o objetivo de ver o Remo em campo, mas a empolgação dela me fez aceitar.

Luana chegou sorridente, vestindo a blusa oficial do Remo, edição especial 1905, que contém uma medalha em bronze, short jeans azul marinho e tênis que ela dizia ter comprado só para ir ao estádio, era o seu tênis da sorte. Ela estava maquiada, com o cabelo escovado e usava óculos escuros. No bolso, levava seus documentos, dinheiro e uma touca com o símbolo do Remo em crochê. Por baixo do “manto” azul marinho, como os torcedores chamam a camisa do clube em alusão ao sagrado, a torcedora usava uma blusa comum. Ela me disse que era por uma questão de segurança e caso houvesse algum episódio de violência poderia esconder a blusa do time na tentativa de se proteger das possíveis brigas entre torcidas rivais, já que Luana ia, na maioria das vezes, sozinha ao estádio e de transporte público.

Figura 1 - Luana Castro e a pesquisadora na Camisa 33



Acervo da autora/ Pesquisa de Campo

O lugar escolhido, naquele dia, para assistirmos ao pré-jogo foi à casa de André Paz, 23 anos, universitário e idealizador da torcida Camisa 33 aos 14 anos, informação que eu só tive após algumas horas já no churrasco. A casa de Paz, como é chamado pelos torcedores, está localizada no Conjunto Maguari¹¹ e serve de ponto de encontro para aquecer antes da partida. A residência é espaçosa, com vários quartos, sala, área de serviço, cozinha e banheiro social. O local do churrasco é a garagem que, aos finais de semana, é utilizada para reunir os amigos. Uma mesa de madeira agregava as pessoas ao entorno. No som, a música alta tocava os hinos do Clube do Remo. Bandeiras e os Trapos,¹² da C33, decoravam o lugar.

Ao chegarmos todos nos olharam, afinal eu era a desconhecida ali. Eu sorri, de maneira desconfortável, como quem está incomodada de não ter conhecidos no local e estar arrependida por ter aceitado o convite, mas isso durou menos de 20 minutos, porque a Luana foi logo me puxando, pela mão direita, e apresentando para todos: “ela vai pesquisar sobre a gente, a Barra”. Ao que ia contando os semblantes se abriam, as pessoas me abraçavam e diziam: “olha lá, hein?! Não vai falar mal”, “vamos ter um livro” e “estamos importantes”

¹¹ Bairro afastado cerca de 10 km do centro da cidade de Belém.

¹² Trapos são panos confeccionados e colocados no estádio pelos próprios torcedores. Posteriormente, irei explicar de maneira mais detalhada.

foram algumas das frases ditas pela torcida ao que eu retribuía a atenção com um sorriso e um sinal de positivo com a cabeça.

O primeiro contato com aqueles que viriam, mais tarde, a serem meus interlocutores se deu como “penetra¹³”, porque eu fui convidada pela Luana para que eu fosse conhecer os amigos dela, ou seja, como a convidada da convidada e, mesmo assim, fui bem recebida pelos torcedores. O evento não era para muita gente, pelo contrário, acredito que no máximo 15 pessoas estavam no local, entre familiares do Paz e membros da Barra.

Para minha surpresa ao chegarmos lá, pela manhã, a maioria já estava e, inclusive, reclamaram que estávamos atrasadas. Ao sussurrar para Luana que eu pensava estar cedo, na mesma hora, alguém retrucou: “quanto mais cedo à gente se encontra para queimar uma carne e tomar umas Drafts é melhor” e todos sorriram, concordando. Não consegui identificar quem respondeu e, apenas, gravei na memória a palavra Draft. Eu já sabia que se tratava da marca de uma cerveja regional em que a lata é azul marinho, mas me questionei o motivo de tomarem Draft e não outra cerveja. Seria o preço, a cor da embalagem – mesma cor do Clube do Remo, ou o sabor da bebida o fator decisivo para escolha? Fiquei com a pergunta para mim, porém no decorrer da pesquisa de campo obtive as respostas.

Durante o primeiro churrasco que participei com os membros da Barra eu ainda não tinha decidido meu objeto de estudo e foi ao conversar com o Paz, dono da casa, que eu tive certeza que a C33 seria o meu foco. Explico. O Paz, muito gentilmente, na metade do churrasco veio me cumprimentar e até aquele momento eu não sabia que ele era o idealizador da torcida, mas ao saber dessa informação o meu instinto de pesquisadora, se é que isso é algo possível, me fez iniciar um diálogo questionando como surgiu a C33, as primeiras reuniões, o motivo, a inspiração, o objetivo, dificuldades e expectativas ao que ele prontamente respondeu a todas as indagações e, em dado momento, me pediu para aguardar que retornaria.

Fiquei apreensiva me questionando se o estava importunando, mas ele quase não demorou, foi só o tempo de entrar em sua casa e ao voltar, trouxe consigo uma pasta com vários recortes de jornais locais que estavam amarelados pelo tempo e eram guardados, cuidadosamente, em uma pasta de plástico. Todas as notícias eram sobre a C33 e os temas iam desde a fundação da torcida até campanhas sociais desenvolvidas por eles. Na hora eu não sabia, mas aquela foi a minha primeira pesquisa, informal, de campo e me possibilitou colher um material relevante para a construção dessa pesquisa.

¹³ A palavra é uma gíria muito utilizada no Brasil que diz respeito a pessoa que entra numa festa ou evento sem ter sido convidado.

Continuei ouvindo Paz falar, entusiasmado, sobre a importância da Barra e várias pessoas se aproximaram para olhar os jornais e eu percebi que muitos ali nunca tinham visto esse pequeno acervo. Quando dei por mim todos estavam nos cercando e começaram a contar as suas lembranças e histórias sobre a torcida e como tiveram o primeiro contato com a Barra. Frases como “aquele dia foi louco” e “foi o melhor alento”, “mudamos a atmosfera do jogo” foram alguns dos depoimentos que escutei naquele dia.

Alguém anunciou que o churrasco já estava pronto e que poderíamos nos servir. Cada um foi se dirigindo à mesa, pegando um prato descartável, colocando a feijoada, farofa, vinagrete e os espetinhos. Quem se servia ia procurando um lugar para sentar ou comendo em pé mesmo. Tinham pressa. O grupo que estava ali seria o responsável por subir o material naquele dia. Explico. A responsabilidade de levar os utensílios utilizados por toda Barra é compartilhada e, em cada jogo, um dos 10 grupos da Camisa 33 precisa chegar mais cedo e entrar com os objetos, caso contrário, a Polícia Militar proíbe o acesso. Normalmente é necessário chegar, no mínimo, com duas horas de antecedência do início das partidas. Ao perceberem que estavam no horário de se dirigirem ao Mangueirão e, considerando que o Conjunto Maguari não é tão próximo ao estádio e que a maioria iria de transporte público, se apressaram.

A preocupação dos torcedores era com o possível congestionamento nas proximidades do estádio, visto que apesar de André Paz levar os materiais em seu carro, a maioria dos torcedores, ali, iria de ônibus e para entrar com todos os itens era necessário mais que cinco pessoas, lotação do carro, ou seja, eles precisariam esperar pelos demais. Almoçamos, rapidamente, e saímos, cerca de sete pessoas, contando comigo, foram andando para a parada de ônibus.

No caminho aproveitei para conversar com os torcedores sobre a história da Barra. Estávamos, todos, com a blusa do Remo e escutamos, algumas vezes, que éramos integrantes da torcida Remista¹⁴. Os torcedores riram. Pegamos uma van com destino ao estádio, e, no caminho, começou a chover. O trânsito ficou muito complicado e foi necessário que descêssemos cinco paradas antes de chegar ao Mangueirão e fôssemos andando; na mesma hora, passava a torcida organizada Remista. Fomos juntos. Chegamos ao estádio, procuramos os demais torcedores e os encontramos na ameixeira¹⁵. Cada um pegou uma parte do material e nos dirigimos ao portão. Subimos. O estádio ainda estava vazio e eles aproveitaram para

¹⁴ A Torcida Remista foi fundada em 1989 e é conhecida como TOR, uma analogia ao deus pagão nórdico Thor - deus dos trovões e das batalhas, que é muito poderoso. Por muito tempo o capacete dele foi símbolo da torcida.

¹⁵ Irei falar, mais tarde, do estar-junto nessa árvore que é um ponto de encontro da torcida azulina.

pendurar faixas, as tirantes verticais e os trapos. A torcida foi chegando, aos poucos, e foram sendo distribuídas bandeirolas e a barra foi estendida. Faltando 30 minutos para o início da partida, o local que a C33 se concentra, no Mangueirão, já estava lotado. É o primeiro lugar que os torcedores remistas ocupam.

Figura 2 - Localização da C33 no Mangueirão



Acervo Victor Winchester/ Cedido pelo autor para a pesquisa

A Camisa 33 é uma torcida Barra Brava influenciada, principalmente, pelos argentinos. As barras são caracterizadas por acompanharem os jogos sempre de pé, cantando durante os 90 minutos, visto que os torcedores acreditam serem os representantes da alma do time e para eles a torcida é o 12º jogador e, por isso, precisam estar sempre presentes no estádio mesmo não entrando no gramado. Os azulinos se consideram os responsáveis por incentivar os 11 jogadores e toda a equipe técnica.

É o caso da La Doce¹⁶, barra brava do Club Atlético Boca Juniors¹⁷, formada nos anos 60; é uma das principais torcidas que utilizam essa nomenclatura, no mundo; entre suas

¹⁷ Boca Juniors foi criado em 1905, em Buenos Aires, e é um dos clubes mais populares da Argentina conhecido pelo excelente retrospecto nos mandos de campo na La Bombonera com capacidade para 50 mil torcedores. O Boca, como é popularmente conhecido, tem como principal rival o Club Atlético River Plate, fundado em 1901. Os jogos entre as duas equipes são muito disputados e a partida é conhecida como o Super Clássico Boca-River.

principais características está o fato de cantar até quando o time está perdendo. Ao lado da Los Borrachos Del Tablón que é a barra brava do Club Atlético River Plate, da La Barra Del Rojo, do Independiente e da La Guardia Imperial, do Racing Club, são as mais tradicionais entre as que utilizam essa terminologia.

Figura 3 - Barra Brava do Club Boca Juniors: La Doce



Acervo TravelPost/ Recolhida em 15/12/2016: www.travelpost.com.

Grabia (2012) diz que os episódios de violência são uma característica da La Doce e é uma prática comum entre os integrantes das barras bravas. A Camisa 33, apesar da inspiração nas hinchas, tem como premissa incentivar o time sem incitar a violência. O objetivo, segundo eles, é, apenas, apoiar o Remo. Algo que a torna diferente, inclusive, das torcidas sul-americanas.

A La Doce, diferente da maioria das torcidas desse estilo, se orgulha de não ter amizades com outras barras e têm a Los Borrachos del Tablón como sua maior inimiga. Esta foi fundada, também, nos anos 60 para incentivar o Club Atlético River Plate. A Camisa 33, diferentemente do que ocorre com a La 12, considera importante cultivar a amizade com barras chamadas irmãs, em outros estados. O relacionamento entre elas contribui para que a torcida do Remo seja recepcionada fora do Pará. Os grupos se ajudam, recebem os amigos em viagens às suas cidades, os hospedam nas sedes, fazem churrasco e torcem juntos contra os rivais. As alianças interestaduais se estendem de norte a sul do país. É o caso da relação que

eles estabelecem com a Barra do Sport, a Brava Ilha, no dia do aniversário a C33 fez uma homenagem nas redes sociais para a torcida.

Figura 4 - Homenagem da C33 à Brava Ilha



Acervo Camisa 33/ Recolhida em 10/08/2016: www.facebook.com/Camisa33

No Brasil as barras surgiram em 2001, com a Geral do Grêmio, a qual foi a precursora do movimento e ocorreu depois de um jogo contra o Talleres¹⁸, em Córdoba, na Argentina. Uma das características dessa torcida é que após cada gol os torcedores descem, correndo, as arquibancadas criando um efeito visual que lembra uma avalanche; além disso, são caracterizados por incentivar suas equipes com cantos intermináveis e por levar trapos e bandeirolas para bancada. As barras se espalharam, também, pelo território brasileiro:

De diferentes formas, as torcidas passaram ocupar as arquibancadas seguindo a inspiração argentina. Caso da Camorra 1914 (Palmeiras), Legião Tricolor (Fluminense), Movimento 105 minutos (Atlético Mineiro), Guerreiros do Almirante (Vasco), Movimento São-Paulinos, Loucos pelo Botafogo, Nação 12 (Flamengo), Squadra Azul (Cruzeiro), Povão Coxa Branca (Coritiba), entre outras. (Grabia, 2012: p.8)

As barras brasileiras surgiram dentro das torcidas organizadas, diferente do que ocorreu na maioria dos países. Atualmente é possível encontrar as barras na América Latina e em países como Japão, Ucrânia, Estados Unidos e Grécia. Entre as principais características está a crença em fazer a diferença empurrando os jogadores e atingindo, diretamente, o seu

¹⁸ O Club Atlético Talleres é um clube de futebol argentino, da cidade de Córdoba. Foi fundado em 12 de outubro de 1913 e atualmente disputa a 1ª Divisão do Campeonato Argentino.

estado emocional e a sua confiança para executar uma jogada ou exercer pressão nos juízes, adversários e, sobretudo, mostrar o amor pelo time.

1.1 Somos a Barra do Remo, aquela que não para de apoiar

A Camisa 33 foi fundada em Belém, no dia 08 de agosto de 2009, por meio de uma ideia publicada na extinta rede social Orkut¹⁹. A publicação foi feita por André Paz, 23 anos, universitário e idealizador da torcida Camisa 33 ao 14 anos. Com imagens e vídeos, ele mostrava exemplos do jeito sul-americano de torcer objetivando estimular os torcedores a aderirem à ideia e formarem aquela que viria a ser a barra brava do Clube do Remo.

As primeiras reuniões da C33 ocorriam aos sábados, às 15h45, no estádio Evandro Almeida - popularmente conhecido por Baenão. O objetivo era utilizar a força dos torcedores como diferencial competitivo para o clube. Entre as pautas do primeiro encontro estava a escolha do nome da torcida e as sugestões votadas foram: Brava Azulina, Garra Azulina, Fenômeno Azul, Grupo do Remo, Azulinos da cidade e Camisa 33 que, por escolha unânime, se tornou o nome da barra do Remo em referência ao que a torcida se propunha a ser: o 12º jogador e, por isso, aliou, em seu nome, o termo camisa juntamente com os 33 jogos diante do rival, Paysandu, e que até hoje é considerado o maior tabu entre clássicos esportivos do Brasil.

¹⁹O *Orkut* foi uma rede social filiada à empresa multinacional americana de serviços online e software Google. A rede foi criada em 24 de janeiro de 2004 e desativada em 30 de setembro de 2014. Seu nome é originado do projetista chefe, *Orkut Büyükkökten*, engenheiro turco do Google.

Figura 5 - Torcedores da C33, em 2008, no Jornal Diário do Pará



Acervo Célia Souza/ Cedido pela autora para a pesquisa.

Durante o encontro foi decidida, também, a implementação de uma mensalidade simbólica com a finalidade de ser o principal meio de arrecadação para ser revertido na própria torcida. A remista Milene Sousa, 26 anos, universitária e participante da C33 desde a segunda reunião, me contou que eles não tinham dinheiro para começar a barra e, por isso, fizeram uma “vaquinha” visando comprarem os primeiros materiais, uma vez que as mensalidades só entrariam em caixa um mês depois.

Eu vi a publicação sobre a C33, no Orkut, mas não fui para primeira reunião. Vi, depois, que eles se organizaram para ir ao comércio comprar material para banda, mas a gente era liso, sem dinheiro nenhum, então fizemos uma coletinha, cada um contribuiu com o que tinha e nós fomos lá comprar. Compramos material pro bumbo, entre outras coisas. O início não foi fácil. Erámos poucas pessoas, a maioria muito novo, vários estudantes. (**Milene Sousa**)

A C33, desde a sua fundação, se propôs a instituir um novo conceito nas arquibancadas paraenses e fazer com que o torcedor remista, apesar da má fase, não deixasse de ir ao estádio e apoiasse o time, visto que a barra foi fundada em meio a uma grande crise no Remo, quando o Leão ficou de fora do Campeonato Brasileiro, após ser eliminado na segunda fase da Série C de 2008, pelo Rio Branco.

A proposta da torcida é a de acrescentar elementos da cultura regional como chapéus de palha e o ritmo musical carimbó para representar, na arquibancada, aquilo que eles definem como o “ser paraense”. Segundo os torcedores, levar fatores culturais e históricos para arquibancada é o grande diferencial da barra e, por isso, para eles é importante usar

chapéus cabanos, cantar o hino do Pará, carregar barras nas cores da bandeira do estado, além de pinturas faciais retratando o orgulho que sentem em ser paraense e remista.

Figura 6 - Torcedoras pintando o rosto nas cores azul marinho



Acervo Salim Wariss / Cedido pelo autor para a pesquisa.

A 33 tem o costume de levar bandeirolas e faixas com incentivos aos jogadores e que tenham elementos com identificações regionais, além de homenagear ídolos do clube. Eles costumam carregar trapos e em locais onde é permitido, sinalizadores, por exemplo, nas partidas de esporte amador como basquete e futsal. A barra pretende transformar as partidas em “espetáculos” e, para isso, utiliza adereços, instrumentos musicais e coreografias visando criar uma experiência audiovisual estimulante para impulsionar os jogadores.

Figura 7 - Elementos regionais na arquibancada



Acervo Salim Wariss / Cedido pelo autor para a pesquisa.

A Camisa 33 utiliza faixas que eles nomeiam como barras sendo duas na cor azul marinho e branco, em alusão ao Remo, e uma vermelha e branca, em referência a bandeira do Pará. Além disso, utilizam trapos que são panos pendurados e que exaltam o time e são confeccionados e colocados no estádio pelos próprios torcedores. O material é pintado à mão e tem o objetivo de externalizar o sentimento do torcedor para as partidas ou a fase que o time esteja atravessando.

Por ser de baixo custo e simples confecção é comum ver trapos com temáticas diferentes, durante os jogos, seja com frases de protesto e engajamento social ou para motivar o time. Segundo a torcida o objetivo é “transformar” o pano e fazê-lo adquirir um valor afetivo. A C33 não pinta nomes, incluindo o logotipo da Barra, se não fizerem referência diretamente ao Remo, exceto, se for algum protesto de cunho social. Segundo os valores do grupo o amor que deve ser mostrado é pelo clube.

Figura 8 - Trapos e bandeirolas da C33



Acervo Camisa 33/ Recolhida em 10/08/2016: www.facebook.com/Camisa33

A C33 torcida está presente, em todos os jogos do Clube do Remo, seja na capital ou no interior, como mostra a música cantada por eles:

Vamos Remo, Vamos Ganhar

E a 33 aqui chegou
 Pra te apoiar
 E na bancada a festa vai começar, vai começar...
 Seja em todo canto que for
 Eu vou te ver
 És com certeza a razão do meu viver, sempre vai ser...
 E quando alguém me perguntar:
 Porque amar?
 Vou responder que o Amor não se explica.
 Vamos Remo, vamos ganhar.

Ao todo, mais de 40 músicas fazem parte do repertório da banda e são puxadas por 16 músicos, sendo 14 homens e duas mulheres, e são escolhidas de acordo com o ritmo da partida. Existem, ainda, as canções que são tocadas, exclusivamente, durante o clássico Remo x Paysandu como é o caso das canções: Turistas de Estádio, O Rei da Amazônia, O que aconteceu? Vai pra cima Remo, Mucura me diz o que tu sentes e a contagem 1 a 33 em alusão aos 33 jogos que o Paysandu ficou sem ganhar do Remo. Além disso, existe a canção Tua base tem valor que é usada, apenas, durante os jogos de esporte amador e que é uma música importante para o que eles chamam ideologia da barra brava.

A banda é definida, pela torcida, como o coração ou pulmão da C33 - a referência aos órgãos vitais do corpo humano mostra a importância que o grupo possui para eles, já que ela é a responsável por ditar o ritmo da torcida e iniciar as músicas. Às vezes, isso ocorre através

dos instrumentos de sopro, em outros momentos, o coordenador da banda, Mateus prestes, 23 anos, universitário é quem começa a canção e é acompanhado pelos demais. Durante os jogos, eles não usam um repertório fechado, porque acreditam que é necessário “sentir a partida” e só então escolher o que será cantado e, por isso, mantém ensaios periódicos, de 15 em 15 dias, para não perderem o ritmo.

Claro que temos algumas músicas certas que já são costumeiras em determinados momentos dos jogos como na entrada da banda, do time, gol e celebrações dos hinos, em que sempre finalizamos com o hino do Remo. Temos a preocupação de incendiar a torcida por inteira o máximo possível, quanto mais vozes, melhor. Ali não somos apenas camisa 33, sobretudo, somos Fenômeno Azul. (**Mateus Prestes**)

A banda possui um momento que eles consideram fundamental durante o alento. É o que eles chamam de descontrole e é realizado quando fazem as viradas: cantam com mais força, pulam, balançam os braços, as bandeirolas e extravasam todo o sentimento em forma de incentivo ao clube. Para eles é o ápice da torcida e quando isso ocorre acreditam que é o momento em que a torcida ajuda a colocar a bola para dentro do gol.

Para integrar a banda, a cada temporada, é aplicado um questionário aos novos e antigos músicos investigando a disponibilidade para ensaios e jogos. Atualmente, a Camisa 33 possui instrumentos como bumbos, repiques, caixas, surdos e trompetes que foram adquiridos em comércios de Belém, além da *murga* que é o equipamento característico das torcidas barra bravas e que não é comercializado no Brasil. Por isso, a banda considera a aquisição desse material o grande desafio, visto que precisam encomendar e buscar em países vizinhos como, por exemplo, na Argentina.

Figura 9 - Torcedoras Renatinha e Fernanda tocando *Murga*



Acervo Camisa 33/ Recolhida em 05/01/2017: www.facebook.com/Camisa33

A barra do Remo é uma torcida de livre adesão e isso significa dizer que ela não possui um uniforme. A blusa é a camisa do clube, de preferência, na cor azul marinho. Entre as singularidades dessa torcida, está o fato de ser uma das principais defensoras da padronização. Inclusive é perceptível que se, inicialmente, os torcedores utilizavam camisas de diferentes tonalidades para torcer pelo Remo, atualmente, o azul marinho é privilegiado.

Figura 10 - Primeira vez da Camisa 33, no Manguirão, em 2009



Acervo Milene Souza/ Cedido pela autora para a pesquisa.

A primeira atuação da barra brava foi em 2009 durante o jogo Remo x Kyikatejê²⁰. Os torcedores relataram que como eram muitos novos e ninguém tinha carro era difícil, por exemplo, transportar os materiais. Eles relataram, ainda, que existiram muitas dificuldades para fazer da C33 o que ela é hoje, principalmente – de ordem financeira e isso eles contornavam recebendo doações que os ajudaram a comprar instrumentos e materiais.

Como o Remo estava sem calendário, em 2009, a Camisa 33 ensaiou durante meses no Baenão, aguardando o Remo voltar a jogar. Durante esse tempo eles brincavam que cantavam para o Leão de pedra, em referência a estátua que fica localizada no estádio, enquanto não podiam cantar para o time de verdade.

Para os torcedores, foi somente em 2014 que a C33 “decolou” e começou a ter adesão de novos integrantes. As mudanças, na bancada, a partir da presença da torcida são notórias. Uma delas é o resultado das campanhas de padronização e de combate aos que eles chamam de torcedores mistos²¹. Se no primeiro jogo, em 2009, poucos remistas utilizavam as cores do clube e/ou produtos oficiais no jogo, por exemplo, de 2015 para cá, o azul marinho é predominante.

Figura 11 - Camisa 33, no Mangueirão, em 2015



Acervo Milene Souza/ Cedido pela autora para a pesquisa.

²⁰ O Gavião Kyikatejê Futebol Clube é um time profissional que tem como característica a origem indígena – sendo a primeira formação totalmente indígena, hoje, é um time misto. Em 2014, foi a primeira equipe das populações tradicionais a disputar a divisão principal de um estadual.

²¹ Posteriormente, irei analisar a relação que a C33 estabelece com os torcedores mistos que são aqueles que torcem para mais de um clube, principalmente, oriundos do eixo sul-sudeste. A C33 defende que o Remo seja o único amor dos torcedores.

A barra tem a política de incentivar à aquisição de produtos oficiais do clube e da sua linha própria, denominada 1905, uma homenagem ao ano de fundação do Remo. A C33 é a única torcida do Norte a licenciar produtos esportivos e, com isso, o time também recebe um retorno financeiro. Para eles isso é motivo de orgulho, já que tem a chance de comercializar camisas, copos, CD's e, ainda, gerar lucro para o clube.

Em dias de jogos, no Mangueirão, a 33 localiza-se no centro superior da arquibancada, desde a sua fundação. Para os torcedores a escolha ocorreu por dois fatores: principalmente, porque não havia nenhuma torcida organizada ocupando o espaço e o local é o centro da arquibancada do lado A - lugar em que ficam os azulinos:

A 33 é o povão é o fenômeno azul e o centro da bancada é o coração da torcida do Remo e a gente não podia se dar ao luxo de se isolar da massa, da torcida, pra ficar atrás do gol e fazer um visual característico das barras, a gente não podia pensar assim. Então vimos que no centro seria mais fácil contagiar a galera e quanto mais contagiar todo mundo é melhor que todo mundo canta e serão mais vezes para empurrar o Remo. É mais gente cantando. (**Mateus Prestes**)

No Baenão (estádio do Clube do Remo) a Camisa 33 já ficou em diversos lugares. No ano de 2009, se concentrava na curva do placar e isso ocorreu até meados de 2011 quando a torcida subiu e ficou no canto superior da bancada. Em 2012 foram para o meio da torcida, na parte superior, e continuam no mesmo local até hoje, mas como o estádio do clube está desativado a torcida só tem acompanhado os treinos nesse estádio e isso para eles é algo relevante, já que antecede o início do campeonato paraense. Várias vezes, eles são os únicos torcedores no local.

Figura 12 - Camisa 33, no Baenão, durante treino dos jogadores



Acervo Milene Souza/ Cedido pela autora para a pesquisa.

Apesar das torcidas que utilizam a nomenclatura barras bravas não possuem estruturas hierárquicas e, algumas vezes, nem associados, a Camisa 33 possui um conselho criado desde 2012, durante reunião no Posto Azulino, com a proposta de organizar a torcida. Atualmente ele é constituído de 20 pessoas, a maioria está desde o início e elas são as responsáveis por administrar e dirigir a Barra, direcionar as ações da torcida, tomar decisões e organizar estratégias para o crescimento da C33.

A escolha é feita por votação e os critérios considerados para os novos integrantes do conselho são maturidade, isto é, o candidato precisa saber lidar com situações críticas, ter um pensamento que se enquadre na ideologia da barra brava que é apoiar o clube, independente do resultado, proatividade, visto que todos precisam ter uma função definida e para isso foram criadas sete diretorias com funções e responsabilidades.

Os conselheiros não podem ficar, segundo eles, “encostados”. É necessário, ainda, que o torcedor seja exemplo para os demais membros e “sirva de espelho” através de uma boa conduta, além de passar confiança para o grupo. Os possíveis candidatos são observados durante dois meses, e os critérios foram implementados em virtude de, no início, a coordenação ter tido muitos membros inativos.

Tabela 1 - Coordenadores da Camisa 33

Conselho Camisa 33		
Gênero	16 Homens	4 Mulheres
Faixa-Etária	21-30 anos	19-35 anos
Ensino Médio Completo	(5%)	X
Universitários	(45%)	(15%)
Graduados	(30%)	X
Pós-graduados	(5%)	(5%)

Fonte: Elaborado pela autora da pesquisa

A Camisa 33 não possui um estatuto e, portanto, é uma organização informal, mas durante a pesquisa foi informada que ele está em fase de finalização. A torcida possui site, blog, redes sociais (facebook, Twitter e instagram), canal no Youtube, programa semanal, na internet, além de 11 grupos oficiais, no whatsapp, com média de 60 pessoas em cada um, entre sócios e simpatizantes. Atualmente, mais de 120 pessoas são associadas à Barra. Os membros têm faixa-etária, principalmente, entre 18 e 24 anos sendo a maioria de classe média, alguns, classe média alta. Vários deles - são estudantes universitários, mas existem muitas pessoas que participam da torcida e não são cadastrados. Os chamados simpatizantes assistem aos jogos, alguns estão nos grupos oficiais, mas não tem o compromisso formalizado com a torcida.

Os interessados em participar da Camisa 33, na condição de sócios, precisam efetuar o cadastro que é uma determinação da Polícia Militar para que haja um controle sobre os integrantes e caso ocorra algum tipo de infração, no espaço físico que a C33 se concentra, o torcedor precisará ser encaminhado aos órgãos de segurança. Se a pessoa for sócia, o procedimento, dependendo da gravidade do ato, pode ocasionar na expulsão. A C33 não teve nenhum tipo de ocorrência nos oito anos de existência da torcida.

O cadastro também é considerado, por eles, importante para a própria organização interna. Os sócios pagam uma mensalidade trimestral com valores diferentes: membros R\$ 15 reais, secretários R\$20 e R\$ 30 reais para os conselheiros que são revertidos na própria torcida. Os associados possuem vantagens exclusivas como descontos em produtos da linha 1905, nas caravanas, participação no grupo da torcida que é um espaço para serem os primeiros a receber informações sobre assuntos que envolvem a barra e só estão os sócios,

além de poderem avaliar os pontos positivos e negativos de cada jogo, participar de votação, ter voz ativa na torcida, direito a participar das reuniões e a carteirinha que está em fase de implementação.

Para se associar é necessária a digitalização de documentos oficiais com foto, como registro geral (RG), cadastro de pessoa física (CPF), comprovante de residência e antecedente criminal que deve ser retirado no site da polícia civil. Os documentos devem ser encaminhados para o e-mail do coletivo.

1.2 Percurso teórico-metodológico

Ir a um jogo de futebol significa estabelecer conexões fortes e fracas, isto é, construir laços sociais que variam de força, a partir da interação estabelecida entre os sujeitos. Essas conexões guardam semelhanças com a definição de laços fortes e fracos de Granovetter (1973) que discorre sobre o nível de coesão social de um grupo a partir dos vínculos estabelecidos entre eles.

A torcida Camisa 33, por exemplo, estabelece, entre seus mais de 120 membros, o que seria um laço forte em virtude de possuírem vínculos de parentesco, relacionamento amoroso, visto que existem mais de 15 casais formados na torcida e amizades consolidadas há mais de oito anos. Percebo que existe uma relação afetiva estabelecida entre eles e que é caracterizada por um alto nível de confiança e reciprocidade. A C33 estabelece, também, laços fracos com os demais torcedores remistas, o fenômeno azul como um todo, isso significa dizer que quando um torcedor assiste a uma partida de futebol ao lado de pessoas desconhecidas que, talvez, nunca mais encontrará ele estabelece uma relação superficial, ou seja, um vínculo que não demanda intimidade para ser mantido o objetivo, ali, é assistir ao jogo do Remo, no gramado, e, por isso, é uma relação efêmera não necessitando de contato para ocorrer.

Para discutir a experiência comunicativa que abordo, enquanto experiência sociocultural, por meio da noção de intersubjetividade, irei valer-me de uma compreensão da forma social centrada na observação de processos intersubjetivos, objetivando estudar a relação entre comunicação e sensibilidades presentes nos laços de afeto estabelecidos entre os torcedores do Clube do Remo. Utilizarei o conceito de tipificações, elaborado por Alfred Schutz (1978), para compreender processos da vida cotidiana.

Essa noção é fundamental para a análise de experiências banais, uma vez que as tipificações possibilitam compreender a sociedade a partir de “esquemas interpretativos” nos quais operam conteúdos simbólicos, ou seja, permite a análise de fenômenos sociais - como a religião, a ciência e a cultura. No caso, deste trabalho, propicia a compreensão do futebol

enquanto experiência social sensível, onde às arribancadas figuram como espaços aglutinadores de sujeitos das mais variadas classes sociais, etnias, faixas etárias, profissões e níveis de ensino interligados por um ideal: torcer pelo Clube do Remo.

O mundo da natureza, tal como é explorado pelos cientistas naturais não significa nada para as moléculas, átomos e elétrons. Mas o campo de observação do cientista social – a realidade social – tem um significado especial e uma estrutura relevante para os seres vivos, agindo e vivendo nele. Através de constructos do senso comum eles pré-selecionaram e pré-interpretaram este mundo que eles experimentam como a realidade do seu dia a dia. É isto que determina o seu comportamento motivando-o. (Schutz, 1975: p.59).

Neste sentido, Schutz (1975) inclui uma concepção da natureza humana e da sua relação com o mundo da vida que privilegia a intersubjetividade. Percebe-se que o eixo central proposto na obra do autor são os processos de tipificação que exploram a maneira como o conhecimento é socialmente produzido e em que instante ele se torna uma prática social. Para o filósofo, os homens tipificam as experiências vivenciais do cotidiano, ou seja, a maneira que percebem o fato de ser e estar no mundo independente de fatores sociais, culturais, políticos e das condições socioeconômicas.

O autor propõe, ainda, que o dinamismo contemporâneo, no que diz respeito à maneira de se relacionar com o outro, de comunicar, interagir e partilhar conhecimento produz um processo de criação de tipos, isto é, um recurso de sedimentação do senso comum a partir da influência de uma matriz Weberiana consolidadora da obra de Schutz. “Estruturamos o mundo de acordo com tipos e relações típicas entre tipos”. (Schutz, 1975 b: 94-95). A teoria do tipo ideal refere-se a uma construção mental da realidade e é um modelo abstrato que possibilita analisar aspectos do mundo da vida. O tipo ideal constitui o alicerce da noção de tipificação.

O homem também tipifica, em alguma extensão, sua própria situação dentro do mundo social, bem como as relações que ele tem com seus semelhantes e com os objetos culturais. O conhecimento dessas tipificações e de seu uso adequado é um elemento inseparável da herança sociocultural transmitida às crianças nascidas no grupo por seus pais e professores; ele é, portanto, socialmente derivado. A soma total dessas várias tipificações constitui um quadro de referência em termos do qual não apenas o mundo sociocultural, mas também o mundo físico é interpretado, um quadro que, a despeito de suas inconsistências e de sua opacidade inerente é suficientemente articulado e transparente para ser usado na resolução da maior parte dos problemas práticos. (Schutz, 2012: p.132).

Em concordância com o que evidencia Schutz (2012), são as tipificações que possibilitam a nossa relação com a realidade através de dimensões sensíveis e comunicativas da vida cotidiana, visto que é justamente da impossibilidade de conhecer o outro por inteiro que o tipo é criado.

É preciso enfatizar que a interpretação do mundo em termos de tipos, tal como entendida aqui, não é o resultado de um processo de racionalização, de uma conceituação científica isolada. O mundo tanto físico quanto sociocultural, é experimentado desde o princípio em termos de tipo: lá estão montanhas, árvores, pássaros, peixes, cachorros, e dentre estes existem os perdigueiros irlandeses; existem os objetos culturais, como casas, mesas, cadeiras, livros, ferramentas e, dentre estas o martelo; há ainda papéis e relações sociais típicos, como pais, filhos, parentes, estrangeiros, soldados, caçadores, padres etc. Portanto, no nível do senso comum – em contraposição às distinções feitas pelo cientista e, em particular, pelo cientista social, as tipificações emergem na experiência cotidiana do mundo como algo evidente, sem qualquer formulação de juízos ou de proposições claras, com sujeitos e predicados lógicos. Para utilizar uma expressão fenomenológica elas pertencem ao pensamento pré-predicativo. O vocabulário e a sintaxe da linguagem cotidiana representam a epítome das tipificações socialmente aprovadas pelo grupo linguístico. (Schutz, 2012: p.133)

As tipificações interpretam práticas sociais e processos de interação e são tecidas em meio a discussões do dia a dia, independentemente do local, podendo ser o estádio de futebol, a fila do banco, a parada de ônibus, durante as refeições, nas praças e bares, salões de beleza, nos jogos de bilhar ou ainda após a “pelada” no fim de semana. A atualidade do assunto, a polêmica ocasionada pela informação, o interesse que provoca nas pessoas, além do grau de conhecimento que cada indivíduo possui sobre o tema são itens determinantes para que uma temática seja, ou não, ser pertinente para um grupo social.

As tipificações são, também, transmitidas entre as gerações e fortalecidas pela memória coletivo-familiar, à medida que a sociedade é levada a recorrer, constantemente, aos seus “estoques de conhecimento” para realizar escolhas e opinar sobre os mais variados assuntos, ainda que esse processo não ocorra de forma consciente. O respeito à vivência do outro, seus conhecimentos e sua história de vida são fatores relevantes para a análise de processos intersubjetivos.

Na medida em que ele está interessado no conhecimento do seu mundo social, ele organiza este conhecimento não em termos de um sistema científico, mas em termos da relevância das suas ações ele agrupa o mundo em volta de si (como um centro) como um campo de dominação e está interessado naqueles segmentos que se encontram ao seu alcance. (Schutz, 1976: p. 93).

Os “estoques” são constituídos por categorias, originalmente, aplicadas a aspectos da experiência. Por exemplo, ao sentar em uma roda de diálogo e iniciar uma discussão sobre a atuação violenta das Barras Bravas, provavelmente, existirão diversas opiniões sobre o assunto. Alguns irão defender, outros criticar, mas independente de qual seja o posicionamento dos sujeitos, a argumentação falará muito sobre a experiência vivencial e as origens de cada um, isto é, as “reservas de experiência”.

O mundo da vida cotidiana significará o mundo intersubjetivo que existia muito antes do nosso nascimento, vivenciado e interpretado por outros, nossos

predecessores, como um mundo organizado. Ele se dá agora à nossa experiência e interpretação. Toda interpretação desse mundo se baseia num estoque de experiências anteriores dele, as nossas próprias experiências e aquelas que nos são transmitidas por nossos pais e professores, as quais, na forma de *conhecimento à mão* funcionam como um código de referência (Schutz, 1979: p. 72).

Conforme Schutz (2012), os sujeitos possuem uma memória-hábito das suas experiências no mundo da vida e o seu conhecimento do mundo, os saberes típicos, estão embasados nas “reservas de experiência e estruturas de pertinência”. Neste contexto, interpretar o processo de consolidação de um objeto transformado em prática social entre grupos, é o alicerce do processo de tipificação.

Para discutir processos quotidianos é necessário entender as tipificações a partir da sua perspectiva metodológica, enquanto instrumento essencialmente fenomenológico, e responsável por produzir socialmente o Estar junto. Uma vez que este processo está centrado na elaboração dos sentidos engendrados coletivamente e fabricados pelos diferentes grupos sociais sobre a maneira como ocorre a apropriação popular de um objeto, ideia e valor a fim de torná-la senso comum dentro de um grupo social.

Tipificar é fazer uma comunhão de horizontes, ou seja, participar do entendimento do outro. É se colocar dentro de um processo intersubjetivo e produzir, de maneira coletiva, determinado afeto que tem um nome, por exemplo, a inveja ou ódio do time do Paysandu que é expresso pela Camisa 33 através da tipificação desse sentimento por meio de frases, conceitos, gestos, olhares e, por exemplo, da música: mucura²² me diz o que tu sentes criado pelo torcedor que pediu para não ser identificado. Inclusive, informo que só consegui saber quem era o autor da música na reta final da pesquisa de campo, durante uma conversa informal no grupo Remo News 1905, o qual faço parte. O torcedor me contou sobre o objetivo da canção.

Mucura me diz o que tu sentes

Mucura, me diz o que tu sentes?
 Por ser freguês do teu rival,
 Te juro mesmo passando os anos,
 Nunca ninguém esquecerá,
 O tabu de 33,
 A vergonha nacional,
 Essa mancha não se apaga nunca mais!
 Paysandu és um cagão,

²² Mucura é o nome popular que o Gambá recebe no Pará e é o apelido atribuído ao Paysandu, pelos torcedores do Remo, em alusão, principalmente - ao líquido fétido produzido pelas glândulas axilares do animal. Em 2016, os bicolores criaram a marca “Lobo”, uma referência à mascote do clube, o qual era pouco trabalhado pelo time. Diferente do rival que utiliza o Leão como símbolo.

Já fugiu do mangueirão,
Com medo de uma surra do Leão!

A tipificação entre os torcedores seja através do sentimento que os une, o amor pelo Clube do Remo ou o ódio pelo time rival, constitui o estar junto e, portanto, coesão social. As tipificações são processos fundamentais pelas quais o homem conhece o mundo e estão em contínua transformação. Para existirem, se faz necessário que haja a reprodução de um pensamento consolidado que gera, como afirma Maffesoli (2010), liga social.

As tipificações são sistemas sociocognitivos em que o saber cotidiano emerge nas relações entre diferentes indivíduos e tem a função de transformar o não familiar em algo familiar. Este processo varia de acordo com o sistema de relevâncias que é uma noção fundamental na obra de Schutz. “O fenômeno básico da relevância permeia a nossa existência, a nossa vivência e a nossa experiência cognitiva” (Schutz, 1996: 3-4). O Sistema de relevâncias analisa a maneira como os indivíduos experienciam objetos e eventos ao seu redor, ou seja, acerca de que maneira percebem, reconhecem, interpretam, conhecem e agem na vida cotidiana:

Na medida em que ele está interessado no conhecimento do seu mundo social, ele organiza este conhecimento não em termos de um sistema científico, mas em termos da relevância das suas ações. Ele agrupa o mundo em volta de si (como um centro) como um campo de dominação e está interessado naqueles segmentos que se encontram ao seu alcance. (Schutz, 1976: p.93).

A partir da seleção de fatos na totalidade de elementos envolvidos em cada situação, isto é, quais, dentre os inúmeros elementos envolvidos são tornados relevantes é o fundamento do sistema de relevâncias:

O sistema de tipificações e relevâncias socialmente aprovado é o terreno comum no qual têm origem as estruturas de tipificação e relevâncias privadas. Isso acontece porque a situação dentro de um grupo, seus interesses são interesses com referência àqueles do grupo (seja mediante particularização ou antagonismo), seus problemas privados necessariamente existem tendo como contexto mais amplo os problemas do grupo. Mais uma vez, seu sistema privado de domínios de relevância pode ser em si mesmo inconsistente; bem com ele também pode ser incompatível com aquele que é socialmente aprovado. Por exemplo, eu posso assumir posições completamente diferentes em relação aos problemas de rearmamento dos Estados Unidos, conforme o ponto de vista dos diversos papéis sociais que eu desempenho, como pai de um rapaz, como cidadão patriota, como pacifista ou como economicista. Não obstante, todos esses sistemas de relevâncias parcialmente conflitantes e inter cruzados, todo auto evidentes para o grupo e para mim mesmo, fatos e eventos são homogêneos no sentido de que são relevantes em relação ao mesmo problema. (Schutz, 2012, p.135)

As notícias veiculadas nos meios de comunicação, por exemplo, afetam diretamente, o cotidiano da população, fato que pode ser observado nas conversas interpessoais, constantemente pautadas pela imprensa e isso ocorre, entre outros motivos, devido o sistema

de relevâncias em que o interesse dos proprietários dos grupos de comunicação e a opinião pública são determinantes para pautar os assuntos que serão veiculados, a partir de alguns critérios, como: a massificação da informação, a hierarquização das notícias e a própria importância atribuída às matérias pelos grupos midiáticos respeitando a lógica de manutenção da audiência.

O fato da mídia se interessar mais por determinadas matérias em detrimento de outras, faz com que os assuntos presentes na tela de um computador, no jornal impresso, nos programas radiofônicos ou nas imagens da TV cheguem até as rodas de diálogo sejam elas nas ruas, casas, famílias, salões de beleza, bares e/ou estádios de futebol. A realidade passa a ser tipificada pela edição dos meios de comunicação.

Incorporar o novo ao que é o consenso é a matéria-prima das tipificações. Uma vez que elaborar o senso comum é converter o que é estranho e desconhecido em práticas sociais. A busca por entender, explicar, analisar o diferente, contribui de forma positiva para estimular as pessoas a novas descobertas, as quais seriam antes impensadas se não existisse a “tensão” com o que não é natural. Neste sentido, o processo de familiarização é fundamental na produção das tipificações.

O processo de naturalizar o que lhe é estranho é fundamental para inserir ideias, valores e princípios em determinado grupo social, isto é, enraizar objetos e sua tipificação com a finalidade de subtrair o estranhamento causado pelo que é obscuro, a fim de retirá-lo do “anonimato perturbador”.

Ao admitir a possibilidade de se compreender novas perspectivas de vida e a compartilhá-las com base nos conhecimentos e valores incorporados e já tidos como consenso, estimula-se a produção das tipificações e evita-se que as pessoas cessem a busca por explicar o “anormal”. Percebe-se a importância atribuída pelo autor ao processo de familiarização lendo o trecho abaixo:

“O mundo da vida é constituído das atividades da consciência da subjetividade transcendente”, Schutz (1978, p.30). É por tais dimensões sensíveis e comunicativas da vida cotidiana possibilitadas, em grande parte, por esse cenário contemporâneo que viabiliza a mobilização de grupos e de comunidades em torno de ideias, interesses e objetivos que as tipificações surgem na tentativa de analisar fenômenos sociais. Por exemplo, compreender o viver coletivamente a emoção de torcer por um clube, além de entender a dinâmica de interação, colaboração e os afetos que permeiam essa relação e que oportunizam conhecer pessoas, analisar comportamentos, vínculos afetivos, além da experiência social coletiva do “ser torcedor”.

Um padrão organizado de rotina tem os seus objetivos bem definidos e os meios para os levar por diante suficientemente bem testados, incluindo nestes hábitos, crenças, instituições, horários para atividades de todo gênero. A maior parte dos problemas podem ser resolvidos de acordo com este padrão (...) podemos não apenas prever o que acontecerá amanhã; mas podemos até ter uma oportunidade de planejar corretamente o futuro mais distante. As coisas continuarão substancialmente a serem tidas como até agora. Claro que haverá situações novas e acontecimentos inesperados. Mas (...), mesmos os desvios à rotina diária quotidiana são dominados de uma forma definida pelo estilo geral que caracteriza a forma como as pessoas lidam tipicamente com situações extraordinárias” (Schutz, 1976: p.108).

A análise de experiências sociais quotidianas precisa considerar, também, a essência sensível e as dimensões estéticas que estão imbricadas no viver em sociedade. Pode-se afirmar que no bojo da contemporaneidade, a manifestação imediata das emoções, a comunhão de sentimentos e os vínculos afetivos são potencializadores de experiências de sensibilidade que se produzem comunicativamente. Segundo Maffesoli (1996), os vínculos sociais, os da vida corrente, das instituições, do trabalho, do lazer, não são mais regidos por instâncias transcendentais, a priori e mecânicas. Tais relações passam a ser estruturadas por meio de ações vividas no dia a dia e estão cada vez mais voltadas para o que é da ordem da proximidade. É através de uma visão de mundo que se aproxime de uma razão sensível que a obra de Maffesoli (2010) ajuda a compreender o fenômeno da socialidade existente entre os torcedores do Clube do Remo.

O que é experimentado coletivamente, o estar junto a partir do gosto compartilhado, independentemente do tempo que o contato durar ou mesmo do cenário, é importante para a análise da experiência banal. Maffesoli (2002) propõe uma abordagem fenomenológica da vida em sociedade e discute conceitos centrais para análise do imaginário, como o emocional, a identificação, o hibridismo, presenteísmo e o *ethos*. O estar junto busca “[...] no quadro reduzido das tribos, encontrar o outro e partilhar com ele algumas emoções e sentimentos comuns. No balanço cíclico dos valores sociais, assiste-se ao retorno do ideal comunitário, em detrimento do ideal societário” (Maffesoli, 1995, p. 54).

O termo estética tem no grego sua etimologia *aisthesis* que significa estar junto com e diz respeito ao prazer dos sentidos experimentados em comum. É uma relação comunicativa, isto é, a troca por meio de uma forma de diálogo e sinaliza um compartilhamento de emoções para além do que é naturalizado como sendo obra de arte, refere-se à emoção coletiva da vida em sociedade.

Não podemos reduzir o significado de estética às obras culturais ou as suas interpretações. É necessário dar ao termo o sentido plano. A estética difratou-se no conjunto da existência. Nada mais permanece ileso (incólume). Ela contaminou o político, a vida da empresa, a comunicação, o consumo, e, é claro, a vida cotidiana. (Maffesoli, 2010: p.12)

Na contemporaneidade, por mais que nosso objetivo seja tomar decisões pautadas na racionalidade, as emoções dificilmente deixarão de estar presentes nas nossas ações e escolhas, uma vez que não existe neutralidade no mundo da vida. Maffesoli (2010) diz que “a emoção não pode ser tratada mais como um simples fenômeno psicológico ou como suplemento da consciência, mas como estrutura antropológica”. (p.11)

É bem difícil exemplificar sentimento. Responder o que é amor pelo Remo é como tentar justificar o porquê eu respiro. O amor pelo meu time vai além do que se pode ilustrar. O amor pelo Remo faz com que eu esqueça, às vezes, que sou racional. O amor pelo Remo nos desequilibra e nos coloca no eixo em frações de milésimos de segundos. O amor pelo Remo nos torna pleno, certamente, sem o Remo, viveria a procura dessa plenitude. Se eu tivesse que definir isso, definiria o amor pelo Remo como sendo o que me move. (Vinicius Mello)

Quando você está no estádio de futebol, interagindo com os demais torcedores, o indivíduo canta, chora, sofre e comemora o placar ainda que não seja estabelecido entre eles um vínculo para além daquele espaço, uma vez que o processo de interação é construído tendo como cenário o estádio e, portanto, é um processo de socialidade. Para outras pessoas, existe a formação de um vínculo afetivo que se estende fora dos muros do estádio e, portanto, é uma sociabilidade.

É o caso do torcedor Gabriel Brabo que fez o seguinte relato: “Remo, eu te amo e não é só através do futebol. Tu me apresentaste as pessoas mais incríveis do Mundo, os meus amigos. Obrigado por existir, Leão.” São essas interações que provocam um modo de estar junto, ou seja, uma forma social e, portanto, estética.

De fato, há momentos em que, por uma espécie de impulso da base, percebe-se que a sociedade não é apenas um sistema mecânico de relações econômico, políticas ou sociais, mas um conjunto de relações interativas, feito de afetos, emoções, sensações que constituem, *stricto sensu*, o corpo social”. (Maffesoli, 2010: p.12)

Qualquer objeto que provoca um sentimento, uma emoção, uma *aisthesis*, é estética. Se o seu time perde ou ganha o resultado do jogo instiga uma emoção que pode ser de alegria, raiva ou tristeza e figura como um “detonador” de um sentimento coletivo, uma emoção compartilhada entre os torcedores do clube. É preciso lembrar que este é um fenômeno predecessor a obra de arte como nos diz Maffesoli:

De fato, não é mais possível reduzir a arte apenas às grandes obras qualificadas geralmente culturais. É toda a vida cotidiana que pode ser considerada uma obra de arte. Por causa da massificação da cultura, com certeza, mas também porque todas as situações e práticas minúsculas constituem o terreno sobre o qual se elevam cultura e civilização. Sem que seja possível se estender aqui, pode-se dizer que o fato culinário, o jogo das aparências, os pequenos momentos festivos, as deambulações diárias, os lazeres etc. Não podem mais ser considerados como

elementos sem importância ou frívolos da vida social. Enquanto exprimem as emoções coletivas, eles constituem uma verdadeira “centralidade subterrânea”, um irreprimível querer viver, que convém analisar. (Maffesoli, 2010: p.23)

O depoimento do torcedor Yuri Brasil ao ser indagado sobre o que é o amor pelo Remo exemplifica o sentir coletivamente a emoção de ser torcedor:

O amor que sinto pelo Remo não se explica apenas se sente é chegar no estádio e ao subir a rampa sentir o coração acelerado, o arrepio na pele ao ouvir a torcida gritando e cantando, a empolgação na hora do gol, a raiva na hora que o rival abre o placar, a alegria a cada lance, sorrir, chorar, gritar e minutos depois de alegria, cantando bem alto sem saber o tamanho do amor que sentimos por esse Clube. Amor que vem passando gerações entre várias famílias, assim como a minha, é dar o jeito de não perder nenhum jogo, é largar tudo pra ver jogar, e quando alguém perguntar por que amar? Eu responderei que nenhuma palavra que eu use aqui vai explicar o que eu realmente sinto e o que vou continuar sentindo pelo Clube do Remo e vou amar até meu último suspiro. (**Yuri Brasil**)

Neste sentido, a “ética da estética” que significa o prazer e o desejo de se estar junto sem objetivo específico, fator relevante para o processo de socialização, é um conceito central na obra de Maffesoli (2010):

Experimentar junto emoções, participar do mesmo ambiente, comungar dos mesmos valores, perder-se, numa teatralidade geral, permitindo, assim, a todos esses elementos que fazem a superfície das coisas e das pessoas fazer sentido. (...) Ética significa uma moral sem outra obrigação que a de unir-se, de ser membro do corpo coletivo, sem outra sanção que a de ser excluído, se cessa o interesse que me liga ao grupo. (Maffesoli, 2010: p.80)

O relato sensível da torcedora Cléa Cruz corrobora o que diz Maffesoli (2010) e nos possibilita entender a importância da ética nas interações sociais quotidianas: “ética, ao contrário, é particular, às vezes momentânea, funda uma comunidade e elabora-se a partir de um território dado, seja ele real ou simbólico”. (p.82)

Cara, amar o Leão é uma coisa fora do normal eu, por exemplo, quando vejo alguém na rua com a camisa do remo dá vontade de abraçar, de falar, sei lá é automático, como se fosse família ou amigo mesmo sem nunca ter visto antes. A gente vai abraçando mesmo na hora do gol, é uma alegria, uma emoção, sem falar no arrepio no corpo quando ouço o nosso hino, quando o leão entra em campo, sei lá, é diferente! Posso dizer que isso não existe em nenhum outro clube, é só nosso... Só os azulinos de verdade sabem desse sentimento. (**Cléa Cruz**)

A “lógica do conhecimento sensível” está na base da *Aesthetica*, ou seja, do prazer dos sentidos experimentados em comum, isto é, uma disposição antropológica geral de perceber a própria compreensão da vida pelo viés da percepção do outro, mas também uma dimensão projetiva, por meio da qual se percebe a ação, o mundo vivenciado efetivamente pelos

indivíduos enquanto resultante de um dado estoque de conhecimentos mediante esquemas figurativos que nada mais são do que as tipificações.

Os fenômenos afetivos são de natureza intersubjetiva e isso implica dizer que eles estão diretamente relacionados com a qualidade das interações e relações entre sujeitos, enquanto experiências vivenciais. Maffesoli (1998) é quem procura na sensibilidade fenomenológica um espaço de análise sobre a razão sensível:

Não há domínio que esteja indene da ambiência afetual do momento. A política, evidentemente, que se tornou um vasto espetáculo de variedades que funcionam mais sobre a emoção e a sedução do que sobre a convicção ideológica; mas, igualmente, o trabalho, onde a energia libidinal exerce um papel importante; e não esquecendo todas as efervescências musicais e esportivas que são tudo menos racionais. Tudo isso mostra que existe uma dialética entre o conhecimento e a experiência dos sentidos. (Maffesoli, 1998: p.192).

O Afeto pode ser compreendido como “sentimento de apego e ternura, afeição, vontade” (Houaiss, 2000) e sinaliza como sendo uma relação dialógica, de reciprocidade, estabelecida entre o afetar e o ser afetado e é sempre dirigido a algo ou alguém. Isso implica dizer que é necessária uma combinação entre estímulos racionais e afetivos para que se consiga compreender a complexidade das relações sociais.

É essa que pode nos incitar a focalizar nossa análise sobre a emoção estética e seu caráter societal. A emoção não mais como um simples fenômeno psicológico, ou como um suplemento da alma sem consequência, mas também como estrutura antropológica, cujos efeitos fica por apreciar. Isso nos leva a considerar a ideia obsedante do “estar-junto” como sendo essencialmente uma “relição” mística de um objeto particular. Assim como se pode considerar a arte como forma pura, é possível enxergar a sociedade como simples faculdade de agregação. É nesse sentido que a emoção estética pode servir de cimento. Com certeza, este cimentará a partir de elementos “objetivos”: trabalho, ação militante, festas grupais uniformes, ações de caridade, etc., mas esses só serão pretextos que legitimam a relação com outrem. (Maffesoli, 2010: p.25)

Segundo Moran (2004: p.1):

O afetivo dinamiza as interações, as trocas, a busca, os resultados. Facilita a comunicação, toca os participantes, promove a união. O clima afetivo prende totalmente, envolve plenamente, multiplica as potencialidades. O homem contemporâneo, pela relação tão forte com os meios de comunicação e pela solidão da cidade grande, é muito sensível às formas de comunicação que enfatizam os apelos emocionais e afetivos mais do que os racionais.

Para entender a dinâmica intersubjetiva existente nas sociedades complexas (Velho, 2010), bem como a construção dos afetos na contemporaneidade faz-se necessário, entre outras coisas, compreender que vivenciamos um novo paradigma comunicacional, em que se observa a criação de vínculos afetivos entre diferentes grupos sociais e é, justamente, visando compreender a dinâmica de interação, colaboração e os afetos que permeiam essa relação que

oportuniza conhecer pessoas e analisar comportamentos que lancei mão de Maffesoli (2010) no que diz respeito à elaboração de um modo de ser *ethos*.

Neste contexto, é necessário trazer para a discussão que a “contemporaneidade é da ordem da razão sensível, das emoções e dos afetos públicos” Maffesoli (2010, p.61). A citação é importante para o entendimento de certa dimensão da contemporaneidade pautada cada vez mais na afetividade.

Portanto, eis a hipótese: há um hedonismo do cotidiano irreprimível e poderoso que subentende e sustenta toda vida em sociedade. Uma estrutura antropológica, de certo modo. Em certas épocas, esse hedonismo será marginalizado e ocupará um papel subalterno; há outras onde, ao contrário, ele será o pivô a partir do qual vai se ordenar, de modo ostensivo, discreto ou secreto, toda a vida social. Nesses momentos, o que chamamos de relações sociais, as da vida corrente, das instituições, do trabalho, do lazer, não são mais regidas unicamente por instâncias transcendentais, a priori e mecânicas; do mesmo modo não são mais orientadas por um objetivo a atingir, sempre longínquo, em suma, o que é delimitado por uma lógica econômico-política, ou determinado em função de uma visão moral. Ao contrário, ele será o pivô a partir do qual vai se ordenar, de modo ostensivo, discreto ou secreto, toda vida social. (Maffesoli, 2010: p.11)

No livro “Elogio da razão sensível” (1998), Maffesoli diz que:

O afeto, o emocional, o afetual, coisas que são da ordem da paixão, não estão mais separados em um domínio à parte, bem confinados na esfera da vida privada, não são mais unicamente explicáveis a partir de categorias psicológicas, mas vão tornar-se alavancas metodológicas que podem servir à reflexão epistemológica, e são plenamente operatórias para explicar os múltiplos fenômenos sociais, que, sem isso, permaneceriam totalmente incompreensíveis (Maffesoli, 1998: 53).

A compreensão da complexidade envolvida nos fenômenos comunicacionais, a partir da dimensão sensível é um tema da maior atualidade sociológica. Observo que a afetividade e a comunicação do sensível são dimensões essenciais para que a interação social seja estabelecida, sobretudo, nos tempos presentes. Os torcedores que frequentam, no caso desta pesquisa, o estádio de futebol estabelecem interações dos mais variados tipos e escalas de intensidade e o jogo do Clube do Remo atua como viabilizador destes relacionamentos afetivos, além de ser potencializador de vínculos sociais no que tange a interação entre as pessoas, isto é, a socialidade entre os torcedores. É o que percebo por intermédio do depoimento de Bruno Nascimento, 28 anos.

O que a C33 representa pra mim? A barra hoje é metade da minha vida, a outra metade é o Remo (risos). Aqui que fiz meus amigos, aqui resolvi meus problemas, aqui chorei, aqui sorri. No momento eu não me vejo em outro lugar na bancada que não seja na barra. **(Bruno Nascimento)**

Para a torcedora Ingrid Cardoso, 23 anos, bacharel em direito, a torcida Camisa 33 possui uma representatividade em sua vida, que foi tipificada por meio dos termos família e amizade:

Hoje é praticamente outra família, formada por um elo chamado Clube do Remo. Conhecemos pessoas, criamos amigos e aprendemos com as mesmas sendo positivamente ou negativamente. De início decidimos, acredito que assim como eu, a maioria das pessoas entra com o intuito de torcer e apoiar o Remo, mas depois de um tempo você começa a entender o sentido de toda a ideologia. A Barra é como se fosse uma aula de regionalidade, tu aprendes a amar tuas raízes desde cantar o hino do teu Estado até um ato mais simples que seja como usar um chapéu cabano. **(Ingrid Cardoso)**

Opinião que é corroborada pelo remista Gabriel Lima, 24 anos, estudante de educação física e que tipifica a Camisa 33 como extensão da sua família:

Por mais clichê que seja desde quando cheguei fui super bem recebido, acolhido como se fosse um irmão que estava perdido pelas torcidas comuns do lado A. Eu me adaptei logo à sua ideologia, então, trouxe isso pra minha vida, por completo. Tenho irmãos e irmãs ali, desde o novato, até o pessoal que está desde a 1ª reunião da Barra, aliás, devias conversar com essa galera, vai saber coisas bem legais pro teu TCC. Não digo que não consigo viver sem a Camisa 33, mas não quero viver sem a Camisa 33. Amo essa torcida, e graças a ela, aquele amor que foi plantado pelo meu avô, na primeira vez que ele me levou ao Baenão, quando tinha quatro ou cinco anos, se fortaleceu. **(Gabriel Lima)**

Os depoimentos me possibilitaram entender o significado que a Camisa 33 tem para seus membros que é o de pertencimento a um grupo. Schutz (2012) considera que o sistema de tipificações e relevâncias forma uma concepção relativamente natural do mundo que é compartilhada: “aqui os membros estão ‘em casa’, isto é, encontram seu caminho sem dificuldades, guiados por um conjunto de hábitos mais ou menos institucionalizados, costumes, normas e etc., que o ajudam interagir com os semelhantes que pertencem à mesma situação”. (p.95)

As relações sociais, como também a própria cultura estão fundamentadas sob uma base afetiva e é justamente por meio dos afetos que os indivíduos expressam a sua cultura. Neste sentido, percebo a necessidade das marcas, empresas, clubes de futebol e jogadores se re (adequarem) para comunicar sentido com este indivíduo que, na contemporaneidade, está fundamentado em uma “razão sensível”.

O amor pelo Remo é como todas as formas de amor, inexplicável. Mas se tiver que colocar em uma formatação concreta é: passar anos sem divisão e continuar apoiando e lotando jogos; é ficar nos dias de jogos todos sem fome (ou comendo muito) na ansiedade da partida; é passar o resto da semana triste e preocupado quando se perde e cheio de euforia e relaxamento quando

ganha; não tem vitória do Remo que não cure dor de cotovelo, pé na bunda e desgosto (risos). Porque o Remo junto das nossas famílias são as razões das nossas vidas. **(Iza De Souza Dantas)**

O presenteísmo ocupa um valor central na vida social. “O sentir comum, parece ser o melhor meio de denominar o ‘consenso’ que se elabora aos nossos olhos, o dos sentimentos partilhados ou sensações exacerbadas:

‘Cum –sensualis’. Parece, de fato, que uma estética descompartmentada permite compreender esse estar-junto desordenado, versátil e completamente inatingível sem isso: a socialidade. (Maffesoli, 2010: p.13)

Assim como a arte não deve ser reduzida apenas às obras culturais, também, toda a vida cotidiana é uma obra de arte “é, portanto, a partir de uma arte generalizada que se pode compreender a estética como faculdade de sentir em comum” (Maffesoli, 1999, p.28). A partir desta concepção que considero importante cada gesto, olhar, sorriso para a análise de um grupo social:

É certo que os termos estética ou arte não são comumente empregados nesse sentido; também não são utilizados para caracterizar o sensualismo cotidiano do qual se trata aqui, mas eles me parecem os mais adaptados para descrever o ambiente geral de uma época em que nada mais é verdadeiramente importante, o que faz com que tudo adquira importância. Em particular, todos os detalhes, os fragmentos, as pequenas coisas, os diversos acontecimentos que constituem um mosaico colorido, um caleidoscópio de figuras cambiantes e matizadas, tornando a dar ao presente um valor central na vida social. Esse “presenteísmo” pode ser comparado à sensibilidade barroca, mas um barroco capilarizando-se na vida cotidiana. (Maffesoli, 2010: p.14)

Para Muniz Sodré (2006) mesmo no campo do sensível é necessário encontrar maneiras e estratégias para entender os processos sociais. Partindo desta premissa é possível afirmar que as estratégias sensíveis da comunicação demonstram que é possível analisar a dimensão dos afetos na construção de intersubjetividades para se compreender a vida cotidiana. Diante disto, observo que a afetividade e a comunicação do sensível são dimensões essenciais para que a interação social seja estabelecida, sobretudo, nos tempos presentes.

A comunicação, a informação, a imagem com todas as suas tecnologias – uma forma de conhecimento sem requisitos hierárquicos imprescindíveis à formação e à circulação do saber clássico – têm-se progressivamente imposto aos sujeitos da teoria e da prática como um pretexto para se cogitar outro modo de inteligibilidade social. Por quê? Porque a afetação radical da experiência pela tecnologia faz nos viver plenamente além da era em que prevalecia o pensamento conceitual, dedutivo e sequencial, sem que ainda tenhamos conseguido elaborar uma práxis (conceito e prática) coerente com esse espírito do tempo marcado pela imagem e pelo sensível, em que emergem novas configurações humanas da força produtiva e novas possibilidades de organização dos meios de produção. (Sodré, 2006: p.12)

Emoções, paixões e sentimentos são o cimento das relações sociais contemporâneas, à medida que o homem é um ser sensível nas relações com os outros e que desenvolve uma afetividade partilhada como nos afirma Maffesoli (2010):

Negligenciada em certas épocas, a afetividade parece, em outras, voltar com força na vida social. Não é, portanto, frívolo, prestar atenção a isso, muito pelo contrário. Pode-se até se perguntar se, além do que é quantificável, ou ainda se, aquém do casualismo político ou mesmo da mecânica econômica, não haveria uma estrutura antropológica mais difusa: o da emoção coletiva e da paixão. Concorde-se, cada vez mais, em reconhecer sua importância na vida política; ela desempenharia o papel de acompanhamento ou interferência. De minha parte iria um pouco além, emitindo a hipótese de que a sensibilidade coletiva é, de um certo modo, o lençol freático de toda vida social; a ação política sustenta-se é essencialmente sua tributária. (Maffesoli, 2010: p.72)

As interações que se produzem sejam em uma festa de aparelhagem, em grupos de dança, festividades tradicionais, assembleias de movimentos sociais ou, no caso desta pesquisa, as interações existentes em uma torcida de futebol são um modo de dizer o prazer de estar junto. Ao analisá-las percebi que as dinâmicas comunicacionais presentes nessas interações me possibilitaram verificar uma dimensão que transcende o imediatamente vivenciado: uma dimensão temporal, marcada pela experiência coletiva. É nesse sentido que Maffesoli (2010) diz que todas as sensações chegam a produzir emoções estéticas e que ao serem compreendidas, num conjunto, são fatores de uma relação social.

Não se é inteiramente si-mesmo, senão graças aos outros. Para retomar uma ideia de emprestada à história da arte (Worringer), a *Einfühlung*, essa empatia de dominante confusional é essencialmente projeção. O eu e o outro que interagem um sobre o outro, um com o outro, constituem um mundo objetual, misto de espírito e de matéria, outro modo de dizer o sensível. Eis como os sentidos introduzem a estética e a sua função ética. Bastaria lembrar que, contemporaneamente, o investimento da paixão coletiva é feito no mundo dos objetos, para atualizar o propósito. Em seguida às festas religiosas, à libertinagem, aos jogos do circo, ao hedonismo popular, a participação comum da obsolescência dos objetos, das delícias do consumo, sublinha que, na sua acepção mais ampla, o prazer dos sentidos funciona sobre o mecanismo da abstração. Seja qual for o vetor que ela tome, a individualidade é impedida para a alteridade e, por isso, se constitui enquanto tal. Pode-se ver, assim, além das doutrinas ascéticas, qual é a seriedade do frívolo sensível: ela garante, *volens nolens*, o cimento societal (Maffesoli, 2010: p.79).

Para caracterizar as relações sociais contemporâneas, Maffesoli (2010) propõe que é possível falar de familiarismo.

O emocional, no caso, fundamenta-se em sentimentos comuns na experiência partilhada, na vivência coletiva. Em resumo, há reversibilidade entre a sensualização da existência e o gosto da proximidade, o que está ao alcance da mão, o que posso “manobrar” com meus próximos. Daí a importância de noções tais como doméstico, cotidiano, ecologia, território, bairro e etc. Maffesoli (2010: p.72)

É possível apreender que na contemporaneidade vivenciamos um reforço dos laços de afetos capazes de comunicar sentido com as pessoas.

As experiências sensíveis podem orientar-se por estratégias espontâneas de ajustamento e contato nas situações interativas, mas salvaguardando sempre para o indivíduo um lugar exterior aos atos puramente linguísticos, o lugar singularíssimo do afeto. (Sodré, 2006: p.11).

Entre as tipificações presentes nos discursos dos torcedores do Clube do Remo, ao serem perguntados sobre o que é o amor pelo time, corroboram o que diz Maffesoli sobre o afeto partilhado:

Transcendência imanente, a saber, algo que ultrapassa cada indivíduo, transcende-o, mas ao mesmo tempo, liga-o a uma imanência local, liga-o aos outros, em função do território que ele partilha com eles. Esse “território” pode ser dos mais diversos: gostos culturais, sexuais, ideológicos, afins, ele não deixa de segregar uma “ligação” das mais sólidas. (Maffesoli, 2010: p.86).

A interação é estudada por diversos pesquisadores das Ciências Sociais com a finalidade de compreender a relação entre o indivíduo e sociedade, visto que as relações se conformam como esforços de reciprocidade e, ao mesmo tempo, de sincronia das vivências – operação que se dá no mundo da vida quotidiana. É precisamente nesta parte do pensamento fenomenológico – a dimensão intersubjetiva do conhecimento dos outros e do mundo que Hanks, a respeito de Schutz, diz que “a interação surge como a reciprocidade alternada de motivações” (Hanks, 2013: p. 265).

Durante a pesquisa de campo percebi, ainda, que as pessoas estabeleceram interações das mais variadas formas e escalas de intensidade. No estádio de futebol verifiquei que se por um lado são privilegiadas a construção de interações sociais efêmeras, isto é, processos de socialidade, quando se trata da Camisa 33 há o estabelecimento de relações afetivas duradouros para além do estádio. É o que me mostrou o depoimento do torcedor Wollney Castro, 23 anos, estudante de direito e que é conhecido como Ney:

A C33 não é só uma Barra, ela é uma família, onde podemos sorrir chorar, brincar, brigar, ela não é só tocar e alentar, ela é ajudar, empurrar, apoiar, não só dentro, mas fora de campo com seus projetos sociais. A C33 é mais que uma barra é uma família. (**Wollney Castro**)

Ao estar conectado, por exemplo, a um grupo de torcedores cria-se um sentimento de pertença, isto é, sentimento de acesso ao mundo e de pertencimento ao grupo. De acordo com Schutz (2012):

O grupo é formado por um processo no qual muitos indivíduos unem partes de suas personalidades – impulsos, interesses e forças específicos – enquanto aquilo que cada personalidade realmente é permanece de fora dessa área comum. (Schutz, 2012: p.97).

Através dos processos de interação social, existente entre os indivíduos, que, na contemporaneidade, são cada vez mais autônomos do ponto de vista de produção, compartilhamento e consumo de informação devido a, por exemplo, a utilização da internet percebi que nesse espaço a interação dos torcedores foi fortalecida por meio dos grupos de whatsapp bem como as redes sociais da Camisa 33, visto que estas ferramentas contribuíram para processos interativos como trocar informações sobre o Clube do Remo, marcar e organizar eventos, mobilizar a torcida ou, ainda, para interagir quotidianamente sobre amenidades. Através da internet os torcedores estabelecem conexões diárias e se informam sobre assuntos como o clube, a barra brava e, principalmente, futebol.

1.3 Futebol no Pará

Estima-se que o futebol tenha chegado ao Pará no final do século XIX em um contexto de reformas urbanas que ocorriam na Europa e do desenvolvimento da economia do látex, na Amazônia, a chamada Belle Époque. O fato de Belém ser, na época, o principal porto de escoamento da borracha, produto conhecido no mercado internacional como o “Ouro Branco” e possuir uma elite abastada que pela facilidade de acesso tinha o costume de mandar seus filhos estudarem na Europa, visto que era mais fácil fazer uma viagem, de navio, à Inglaterra, do que ao Rio de Janeiro que era a capital do Brasil. Belém, inclusive, possuía uma linha diária com destino ao porto inglês de Liverpool através da empresa Both Line.

Os ingleses influenciaram comércios, indústrias, comunicações telegráficas, distribuição de gás, além de construírem e administrarem o porto de Belém e, também, contribuíram para o desenvolvimento do futebol no Estado do Pará através da criação das ligas de futebol na capital. As famílias da elite paraense tinham o costume de enviarem seus filhos para estudar na Europa devido, principalmente, a facilidade de locomoção. Ao voltar, os estudantes trouxeram, na bagagem, o interesse pela prática do esporte, em grande parte, por influência britânica. Costa (2007) diz que:

Aliados aos ingleses que aqui trabalhavam os paraenses que regressavam da Europa contribuíram para a disseminação do esporte na capital do estado. Assim, passaram a ser lidos na imprensa, anúncios de pessoas interessadas na aquisição de bolas de futebol que eram trazidas da Europa. (Costa, 2007: p.10)

É neste contexto que começaram a serem organizadas entidades ligadas ao esporte na região, já que até então predominava o hipismo, tênis de quadra e o remo. Dessa maneira, é possível perceber que o contato com sujeitos sociais que possuíam tradições esportivas possibilitou aos belenenses, isto é, os que tinham ligações com estas empresas estrangeiras e a

juventude dos setores mais abastados da sociedade que estudava na Europa, a participação como agentes para que as primeiras partidas de futebol ocorressem na capital. O relato publicado em um periódico no início do século XX e citado por Guadêncio (2007) explicita como foram organizadas as primeiras partidas de futebol em Belém e quais os sujeitos participavam.

(...) efetuou-se no domingo 11 de março de 1906, às 4h30 da tarde, um jogo de futebol entre dois bons disputantes da época. A partida foi realizada na praça de São Brás, estando os dois conjuntos assim formados: Lloyd; Redigg e Clissold; Wright, Melio e White; Dehr, Balley, Compton, Delfim Guimaraes, e A. Andrade. O outro conjunto disputante foi este: Bill Balley; Timbridge e Breach; Wesley, Ruiz e Borges; J. Borges Alves, C. Andrade, P. Palmério, Danin e Weitzman. (Gaudêncio, 2007: p.50)

O futebol chegou a Belém no século XIX e com ele uma série de modificações nas relações e construções culturais da sociedade paraense, isto é, a entrada do futebol ocorreu por volta de 1896, época em que algumas partidas já estavam sendo praticadas na área da Praça Batista Campos

Costa (2007) diz que o Pará organizou o seu primeiro campeonato de futebol, em 1908, e foi o quarto estado brasileiro a ter a disputa. Antes, somente São Paulo (1902), a Bahia (1905) e o Rio de Janeiro (1906) tinham a competição. Ao longo de 108 anos de história, seis clubes conquistaram o título de campeão paraense nas 104 edições da competição, uma vez que nas temporadas de 1909, 1911, 1912, 1935 e 1946 não houve campeonato: Clube do Remo, Paysandu, Tuna Luso Brasileira, União Esportiva (extinto na década de 60), Independente e Cameté são os campeões de futebol no estado.

É preciso dizer que Remo x Paysandu é o clássico mais disputado do Brasil. Desde 1914, ao longo dos 102 anos de história foram 737 jogos, com 256 vitórias do Clube do Remo, 231 do Paysandu e 250 empates. Os dois clubes, juntos, possuem 90 títulos de campeões paraenses sendo 46 troféus do Paysandu e 44 do Remo.

1.4 Clube do Remo

O Grupo do Remo foi fundado em 5 de fevereiro de 1905, durante uma regata. O clube foi criado a partir da dissidência do Sport Club Pará e reorganizado em 15 de agosto de 1911 como Clube do Remo (CR). A fundação do time tem ligação direta com os membros das camadas elitistas de Belém. Segundo Costa (2007) o nome sugerido partiu de Raul Engelhard que estudara na Europa. Raul lembrou de um clube europeu, o Rowing Club, da Inglaterra, e propôs o nome sendo, assim, escolhida a denominação de Grupo do Remo.

O clube foi fundado, especialmente, para prática do esporte náutico, em 1905, quando inaugurou a sua primeira embarcação. A história do Remo se confunde, em vários momentos, com a chegada do futebol no Pará que também teve origem no retorno dos filhos das famílias mais abastadas à cidade de Belém após terem ido estudar na Europa.

A primeira equipe de futebol do Remo estreou em 1913, e se tornou campeã paraense no mesmo ano, sendo este o primeiro título do clube. Entre os 112 anos fatos importantes, na história do clube merecem destaque, como a maior goleada aplicada pelo Remo que foi o placar de 21 a 0 sobre um time francês, o primeiro clássico da história do Re-Pa, jogado no dia 10 de junho de 1914, no qual Leão saiu vencedor por 2x1. O clube inaugurou o seu campo de futebol em 1917, e foi pentacampeão paraense de futebol no mesmo ano. O estádio do Remo é o Evandro Almeida, Baenão, atualmente encontra-se interditado e sem condições de receber jogos desde 2014. As partidas, em casa, são todas jogadas no Estádio Olímpico Estadual Jornalista Edgar Augusto Proença conhecido, popularmente, como Mangueirão.

Um fato que faz parte da memória nostálgica dos torcedores do Remo, tal qual compreende Castro (2015), é o falecimento de Carlos Ferreira Lopes conhecido pelos torcedores como Periçá, ocorrido no dia 23 de maio de 1921 durante uma prova de mergulho. O atleta ficou preso no fundo da baía do Guajará²³ e apesar de ter sido retirado com vida faleceu sete dias depois do acidente. Periçá é lembrado por sua força e dedicação até o último momento de vida e, por isso, o Remo é conhecido, também, por Clube de Periçá em homenagem ao atleta.

²³ A Baía do Guajará recebe água dos rios Guamá, Moju e Acará, além de possuir ligação com a Baía do Marajó. A Baía do Guajará banha vários estados brasileiros, inclusive, Belém. Devido à sua proximidade com o Oceano Atlântico faz com que ela sofra influência das marés e tenha águas barrentas, amareladas e salobras.

Figura 13 - Atleta Carlos Ferreira Lopes (Periçá)



Acervo Loucura Azul/ Recolhida em 03/12/2016: www.facebook.com.br/camisa33

Segundo o torcedor Eduardo Neves, 24 anos, foi “deste inacreditável e até surreal amor de Periçá pelo Filho da Glória e do Triunfo que surgiu a expressão remista até debaixo d’água”. A Camisa 33 entona a canção Céu Todinho Azul em ritmo de carimbó²⁴, a qual menciona a expressão até debaixo d’água:

Céu todinho Azul

A hora é essa de gritar
 Para aumentar a tua mágoa
 Pois sou Clube do Remo, até debaixo d'agua
 Quanta alegria, que canto de Norte a Sul
 Até Deus pra ser remista pintou o céu todinho azul
 Até Deus pra ser remista pintou o céu todinho azul

A barra, ainda, produziu uma música em homenagem ao atleta. A canção Vamos Remo Eu Estou Aqui é inspirada na música Jesus Cristo, sucesso na voz de Roberto Carlos.

Vamos Remo Eu Estou Aqui

Veja o mar de gente que veio aqui para te apoiar
 Lutem até o fim com o sentimento de Periçá
 Por essa tua gente que sempre veste o azul marinho
 É a tua torcida que a todo lado está contigo

²⁴ O carimbó é um gênero musical amazônico de origem indígena típico do estado do Pará.

Vamos Remo, Vamos Remo
Vamos Remo que eu estou aqui

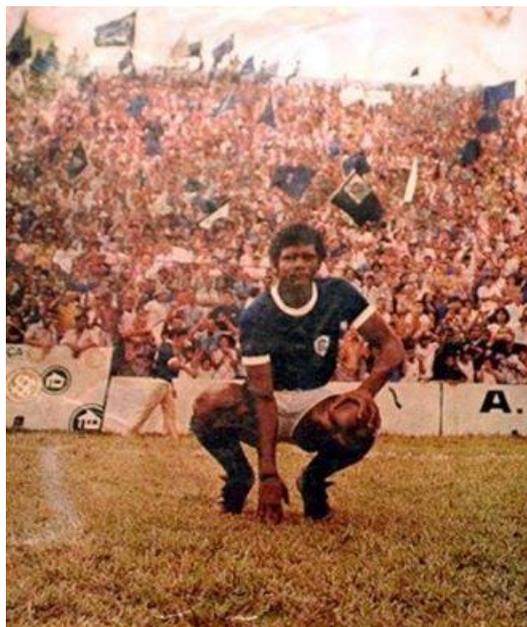
Ao longo dos mais de 112 anos de história o Remo teve vários atletas que se destacaram, entre eles, Alcino Neves dos Santos Filho conhecido, pelos torcedores, por Negão Motora. O jogador é considerado um dos principais ídolos remistas. Alcino jogou nos anos 70 e fez 159 gols durante os mais de cinco anos que vestiu a camisa azulina. Para o torcedor Magalhães, 32 anos, o maior ídolo do Leão foi Alcino e lembra com nostalgia a atuação do atleta: “Alcino driblou a zaga da mucura e sentou a bola em pleno chiqueiro quer algo melhor que isso? Ele foi o melhor de todos”.

Em alusão aos 10 anos do falecimento de Alcino a Camisa 33 fez uma publicação relatando a importância do jogador: "quando não tinha cerveja gelada não tinha gol. Esse era o Negão Motora. Podia tomar a sua bebida gelada, mas chegava na hora do jogo e decidia pro Leão. Alcino muitas décadas antes da música existir já fazia o lema que a gente canta - Com a camisa azulina e a cachaça na mão. O Leão me espera, vai começar a festa".

Para o torcedor Ivan Gurgel, o Negão Motora tem muita representatividade para o Remo e, por isso, os bicolores não gostam dele: “meu pai me disse que quando a mucura contratou o Alcino um tio meu que é bicolor, doente, juntou todas as camisas que tinha, tocou fogo e afirmou que enquanto esse nego estiver no Paysandu ele não torcia mais pra esse time. Isso é só pra se ter a noção do que representa o Negão Motora.” O torcedor Bruno Alves fez um relato emocionado sobre ter tido a chance de conhecer Alcino e a importância do jogador para história do clube:

Antes dele falecer tive a honra de sentar ao seu lado em um jogo no Baenão quando o Remo disputava a série B, lógico que na época eu não tinha noção do quanto ele representava para a história do clube, pois eu ainda estava começando no futebol, mas meu pai contava as histórias dele quando jogador e quem passava por perto fazia questão de cumprimenta-lo. Grande Alcino. Merecia um reconhecimento maior dentro do Clube. **(Bruno Alves)**

Figura 14 - Jogador Alcino no Baenão



Acervo Só Símulas/ Recolhida em 12/12/2016: www.oliberal.com.br

A representatividade do atleta é grande, também, para a C33 ao ponto de nomearem o seu I Campeonato de Futebol Society, ocorrido em julho de 2016, como Taça Alcino Negão Matora em homenagem ao jogador. Na disputa as equipes campeãs foram o Grupo Quatro - Ariscos Futebol & Cerveja. O número diz respeito ao grupo de whatsapp que os participantes representavam, já que a barra brava é organizada em 11 grupos e cada um possuía a sua equipe na competição.

O Cabanas Futebol Clube foi o vitorioso na categoria feminina. O evento objetivou à integração da torcida, além de arrecadar alimentos não perecíveis, para doação a uma comunidade carente. Ao todo, mais de 270 kg de alimentos foram doados. Segundo a diretoria de ação social, responsável pela organização do torneio: “juntos nós somos mais fortes e só quem ganha com isso é o Clube de Periçá”.

Figura 15 - Vencedor masculino da I Taça Alcino Negão Motora



Acervo Camisa 33/ Recolhida em 19/01/2017: www.facebook.com/Camisa33

O Remo tem vários outros ídolos como Eduardo Soares, o Dadinho, que jogou na década de oitenta e marcou 163 gols com a camisa azulina. Em sua primeira temporada se tornou artilheiro do Parazão. Segundo Costa (2007) Dadinho é o maior artilheiro da história do Remo.

Durante a pesquisa identifiquei vários ídolos, para os torcedores, como: Bira, Véliz, Edyr Góes, Ageu Sabiá, Edik, Gian, Evair, Dico, Edson cimento, Aranha, Rei Arthur e Agnado, o seu boneco, em alusão ao fato do seu biótipo lembrar o personagem do comediante Chico Anysio, no programa Escolinha do Professor Raimundo. Agnado ganhou o título paraense, pelo Remo, por seis vezes, em 1991, 1993, 1994, 1995, 1996 e 1997 e chegou a ser técnico do time, mas não obteve o mesmo sucesso. Atualmente ele faz parte da comissão técnica.

Geraldo da Mota Reimão, conhecido pelos torcedores por Rubilar, é outro atleta que tem seu nome na história do clube. A morte do esportista, em março de 1947, comoveu a torcida azulina. Rubilar era considerado um atleta completo que disputou provas atléticas, jogou futebol e, várias vezes, foi campeão náutico.

Evandro Almeida além de ex-atleta e ex-dirigente foi um dos maiores jogadores azulinos do início das atividades do clube. Evandro Almeida, inclusive, emprestou seu nome ao estádio do Clube do Remo. A morte do jogador, no dia 21 de maio de 1964, é considerado um dia de tristeza para os azulinos.

A história do Clube do Remo é marcada, também, por uma disputa acirrada com os bicolores e algo que contribui, ainda mais, para estimular a rivalidade ocorreu no ano de 1927, quando o time reserva do Remo derrotou o do Paysandu pelo placar de 7x0 em jogo válido pelo campeonato paraense, na Curuzu, que é o estádio adversário. O episódio, ainda hoje, repercute e os remistas fazem questão de considerar como uma vergonha para o time adversário.

Figura 16 - Clube do Remo comemora os 50 anos do 7x0



Acervo Camisa 33/ Recolhida em 05/02/2017: www.facebook.com/Camisa33

Em 1931, o Remo recebeu o nome de “Filho da Glória e do Triunfo” fato que está atrelado ao prestígio que a equipe recebia dos atletas e da imprensa esportiva na época. Segundo Costa (2007) o Clube do Remo fez sua primeira viagem internacional com destino a Paramaribo em dezembro de 1940 onde jogou e ganhou do Marimburg por 2x1, Suriname 5x1, São Lourenço, também, por 5x1 e seleção de Suriname por 4x3.

Em 1933 como nos afirma, Costa (2007), o bloco carnavalesco Cadetes Azulinos formado por atletas, associados e simpatizantes do Remo deu origem a canção, de mesmo nome, composta pelo estudante de medicina e remista Emilio Alvim e que, mais tarde, foi adaptada pelo poeta Antônio Tavernard e se tornou o hino do Remo.

Antonio Tavernard, em 1941, adaptou a Canção Cadetes Azulinos para elaborar o que viria a ser o Hino Atletas Azulinos, hino do Clube do Remo:

Hino Atletas Azulinos

Atletas azulinos somos nós
 E cumprimos o nosso dever
 Um dia quando unidos para luta
 O pavilhão saberemos defender
 Enquanto o azul bandeira tremuleja
 O vento a beija, como a sonhar
 Honrando essa bandeira que planeja
 Nós todos saberemos como amor lutar
 E nós atleta, temos vigor
 A nossa turma é toda de valor
 Nós todos no vigor da mocidade
 Vamos gozando nessa quadra jovial
 E nós, os azulinos da Cidade
 Erguemos viva ao nosso ideal
 Em cada um de nós mora esperança

Essa pujança, nosso ideal
E porque somos Clube do Remo
Numa só voz diremos que não tem igual
E nós atletas, temos vigor
A nossa turma é toda de valor.

O dia 29 de abril de 1965 é outra data importante no imaginário do torcedor azulino e é sempre lembrada, nas rodas de conversa quotidianas, quando o assunto é futebol e a importância dos clubes paraenses. O Remo, neste dia, foi goleado pelo Santos com o placar de 9 a 4. O resultado desfavorável e que, normalmente, deixaria qualquer torcedor irritado, mas diferentemente do que se imagina aquele jogo ficou marcado e é, constantemente, lembrado de maneira especial pelos azulinos. Explico. O Remo disputava um amistoso contra o Santos, bicampeão mundial, liderado por Pelé. A equipe era destaque, no mundo, e Pelé já era considerado um dos maiores jogadores do futebol brasileiro.

Dito isso, é preciso relatar que a torcida remista ao vê-lo surgir, no gramado, vestindo a camisa do Clube do Remo interpretou o ato como uma demonstração de carinho pela maneira como o jogador foi tratado e, naquele instante, houve uma emoção coletiva dos torcedores que passaram a não mais torcer pelo Remo ou Santos, na partida, mas para ver o talentoso Pelé em campo.

Figura 17 - Pelé vestindo a camisa do Remo



Acervo Loucura Azul/ Recolhida em 08/12/2016:www.facebook.com.br/Camisa33

Para Silvio Ramos, 37 anos, contador, a década de 90 foi a melhor época da história do Remo: “Os anos 90 marcaram um tempo glorioso na história do Leão. Tínhamos hegemonia regional e conseguimos façanhas a nível nacional. Esse período foi inesquecível

para nós. Foi a nossa década de Ouro”. Para Marco Favacho: “entre os anos 90 e 2000 o Remo era respeitado e até temido, mas, infelizmente, o clube vem se apequenando”.

Em 2004, na Série B, o Remo fez uma campanha pífia e terminou rebaixado para a Terceira Divisão do Campeonato Brasileiro da série C e isso ocorreu no ano do seu centenário, mas 2005 acabou sendo especial na história remista, visto que o Leão obteve a sua maior conquista: o título de campeão brasileiro da Série C. O torcedor Alex Souza, 27 anos, enfermeiro lembra que esteve presente durante os jogos de 2005 e acredita que eles foram conquistados através da superação dos jogadores e do comparecimento da torcida:

Eu estive lá. Em um dos jogos de maior superação do nosso Clube do Remo. Dia 18 de setembro de 2005 ali o Remo começou a caminhada rumo ao título Nacional da série C. Foi pela garra de Landu, Emerson, Magrão, Capitão, Osny e outros que conseguiu o nosso tão sonhado acesso. (**Alex Souza**)

No primeiro jogo, em Belém, no dia sete de julho de 2005 mais de 26 mil pessoas assistiram ao Leão na sua primeira vitória por 2 a 1 sobre o Abaeté. Ao longo de toda competição a torcida remista lotou o estádio com demonstrações de amor ao clube apesar das crises financeiras e dos momentos de descrédito, já que quatro treinadores passaram pelo Remo, naquele ano, e quase 50 jogadores foram contratados. O grande comparecimento de torcedores, na arquibancada, fez com que os azulinos recebessem o nome de fenômeno azul. O título nacional representou uma conquista inédita para os remistas, visto que os azulinos só tinham, até aquele momento, títulos do Campeonato Paraense, Copa Norte e torneios de menor expressão. O acesso à série B e o título nacional são lembrados, ainda hoje, para estimular jogadores, elenco e torcida.

Figura 18 - Capa Jornal O Liberal 2005



Acervo O Liberal/ Recolhida em 06/01/2017

Após o título nacional o Remo enfrentou aquela que para os interlocutores dessa pesquisa foi a pior fase da história azulina. Em 2007, o Remo foi eliminado na segunda fase da Série C, ocupando a 28ª colocação na classificação geral. Dessa forma, teria que disputar a vaga para a recém-criada Série D, na temporada seguinte, por meio do estadual, mas o Remo não conseguiu se classificar, em 2009, e o São Raimundo representou o futebol paraense. O remista Hélio Junior, 36 anos, consultor de vendas acredita que o Remo se perdeu, ainda, em 2009: “na primeira vez que ficamos sem série foi aonde tudo começou realmente. Foi onde os podres começaram a ser divulgados”.

Ao todo, foram sete anos que o clube esteve sem série ou na última fase do campeonato brasileiro chamada, pelos torcedores, de limbo ou inferno do futebol. Segundo o torcedor Thiago Andrade a série D tem estrutura precária:

A série D é a escória do futebol onde jogamos em campos de pasto, com sacolas de supermercado marcando as bandeiras de escanteio. Foram anos difíceis para o Remo e nós precisamos ficar longe do limbo da série D. Enfim, subimos. (Thiago Andrade)

A campanha ruim, dos últimos anos, aliada a problemas de gestão, crise financeira e o descrédito da torcida fez com que o ano de 2015 começasse de maneira desastrosa para o Remo em virtude de ter sido eliminado, precocemente, ainda no primeiro turno do Campeonato Paraense com apenas quatro pontos conquistados. O fato obrigava os azulinos a ter que ganhar o retorno caso quisessem o acesso. Entre contrações e demissões de técnicos foi no comando de Cacaoio²⁵ que o Remo conseguiu se classificar para as finais da Taça Estado do Pará. Na mesma época, o Remo disputava as semifinais da Copa verde com o Paysandu. O Leão ganhou o rival na decisão por pênaltis e se classificou para disputar a final da competição, mas perdeu o título para o Cuiabá. Na final do segundo turno houve um novo Re-Pa e o Remo conquistou, novamente, a vitória sobre os bicolores, além do título a chance de disputar a Taça Açaí contra o Independente.

No segundo semestre, o Remo iniciou a sua caminhada objetivando o acesso à Série C e mesmo tendo cumprido uma punição que o obrigou a jogar três partidas em Paragominas e, portanto, longe da torcida azulina terminou a primeira fase da Série D como líder do seu grupo. Nas oitavas de final, o Remo venceu a equipe Palmas, do Tocantins, e decidiu o acesso contra o Operário, do Paraná. O primeiro jogo foi realizado no dia 10 de outubro, na casa do adversário, e por ser véspera do Círio de Nossa Senhora de Nazaré, padroeira do Pará, houve um envolvimento grande dos azulinos com o sagrado pedindo para que a Santa abençoasse o acesso. É o caso do torcedor João Vitor Oliveira, 22 anos, profissional de marketing:

Hoje daremos o primeiro passo para o Renascimento, hoje começamos a nos levantar desse purgatório. Hoje uma nova história começara a ser contada e as energias positivas estarão firmes e direcionadas em apoio ao nosso sonho. Muita fé e que Deus e Nossa Senhora de Nazaré nos abençoe e nos livre de todo e qualquer mal do inimigo. Eu creio. **(João Oliveira)**

O Leão venceu por 1 a 0 e ganhou vantagem para a partida de volta, no Mangueirão, ocorrida no dia 18 de outubro. O jogo decisivo, para o Remo, reuniu mais de 30 mil azulinos, no Mangueirão, a vitória por 3 a 1 assinalava que o Clube do Remo estava de volta à Série C.

Em 2016 o Remo chegou as finais do primeiro turno do Campeonato Paraense, mas foi derrotado pelo Paysandu. No segundo turno, o clube fez uma campanha ruim e não

²⁵ João Carlos Santos do Amaral, conhecido no mundo do futebol por Cacaoio, foi jogador do Clube do Remo em 1993. O técnico assumiu o comando do time ao lado de Agnaldo de Jesus - o seu boneco que era seu auxiliar técnico após a demissão de Zé Teodoro. Os dois atuaram juntos, também, como jogadores sob o comando de Givanildo Oliveira e foram campeões paraenses ao lado de nomes como Belterra, Biro-Biro, João Santos, Romeu e Alberto ídolos azulinos.

conseguiu chegar às semifinais do Parazão. No primeiro semestre do ano disputou a as semifinais da Copa Verde, também, contra o Paysandu e perdeu os dois clássicos. O primeiro jogo por 2 a 1 e no jogo de volta foi eliminado com o placar de 4 a 2.²⁶

Pela Copa do Brasil o Remo enfrentou o Vasco, na primeira fase, perdeu os dois jogos e foi eliminado da competição. A terceira, somente, no primeiro semestre de 2016. Em maio teve início a campanha da Série C 2016 e o slogan Como Em 2005 foi utilizado na tentativa de remeter a uma memória nostálgica, mas o clube não conseguiu repetir o mesmo sucesso, terminou a primeira fase em quinto colocado e, portanto, não conseguiu o acesso e, ainda, não repetiu as altas médias de público no estádio.

Figura 19 - Slogan do Clube do Remo em 2016



Acervo Marketing do Remo. Recolhida em: 04/01/2017. www.clubedoremo.com.br

Atualmente, o Remo enfrenta uma crise agravada pelas sucessivas derrotas em campo, problemas financeiros e descrédito dos torcedores. Segundo o azulino Bruno Fernandes, soldado das Forças Armadas, em 2000: “tínhamos um dos melhores estádios particulares da região Norte e Centro-Oeste, time profissional, qualidade, erámos favoritos, respeitados entre os grandes. Hoje estamos no ranking da CBF, em 57º, quando em 2000 estávamos na 27º colocação. Não podemos deixar o Remo continuar trilhando essa direção”.

²⁶ Para fazer esta pesquisa e visando ter um estranhamento do meu objeto de estudo decidi assistir ao segundo RexPa, da Copa Verde, em meio a torcida bicolor, mais precisamente, na Banda Alma Celeste que é a barra brava do Paysandu e vi, de lá, meu time ser eliminado pelo rival. A decisão foi determinante para a construção do meu capítulo de análise em que comparo as duas torcidas.

Para o torcedor é preciso fazer mais do que só encher o estádio: “a cada vamos lotar, apoiar, ajudar o clube, fazer sócio torcedor o clube se aprofunda mais no abismo”. É necessário cobrar comprometimento por parte dos dirigentes do Remo.

2 UM SENTIMENTO NÃO TRATE DE ENTENDÊ-LO

Torcer pelo remo é estar junto independente de situação se tem vitórias, se tem série, divisão, se está jogando ou não. É algo que faz parte da sua vida. (**Mari Pinheiro**)

Durante a pesquisa de campo observei a utilização, recorrente, da palavra Remismo para expressar o sentimento dos azulinos pelo clube. Esse é um termo nativo e é utilizado para justificar atitudes consideradas irracionais por quem não faz parte desse grupo social. Os torcedores são chamados de “fanáticos”, “doentes”, “loucos” e/ou “cegos” e são incompreendidos pelos indivíduos que não integram o fenômeno azul e, portanto, constituem, nas palavras de Schutz (2012), um grupo externo aos remistas.

Figura 20 - Fenômeno Azul



Fonte: Acervo Tarso Sarraf. Recolhida em: 09/10/2016: www.ormnews.com.br

No primeiro clássico ocorrido, em 2017, entre Remo e Paysandu obtive um exemplo dessa falta de compreensão de grupos internos por parte dos externos. Um torcedor remista estava sendo atendido por uma equipe do Corpo de Bombeiros, no Mangueirão, após ter passado mal durante a partida. Algo comum no futebol, mas que obteve destaque devido o idoso ter sido filmado e fotografado sendo conduzido em uma maca e, ainda assim, comemorando a vitória azulina, aos 48 minutos do segundo tempo, com gol do jogador Edgar.

O episódio gerou questionamento, na internet, e em programas esportivos, veiculados nacionalmente, sobre até que ponto é capaz de chegar o amor por um time de futebol. De um lado os torcedores rivais, as pessoas que não gostam do esporte ou não simpatizam com o Remo criticavam o que eles classificaram como “loucura”, mas para os remistas este foi, mais um exemplo, do que é o Remismo: o amor incondicional pelo Clube. Inclusive, no grupo

Remo é Meu, no Facebook, que possui mais de 16 mil azulinos os torcedores iniciaram uma campanha pedindo que o idoso ganhasse uma carteirinha especial em homenagem a “grande demonstração de amor pelo Remo”.

Figura 21 - Idoso comemorando vitória do Remo no RexPa



Acervo Grupo O Remo é meu. Recolhida em 09/02/2017: www.facebook.com/groups/oremoemeu/

Conto este relato para trazer à discussão o conceito proposto por Schutz (2012) sobre à auto interpretação por um grupo interno e a interpretação da concepção por parte de grupos externos.

De um lado, o grupo interno sente-se mal compreendido pelo grupo exterior, esse fracasso em compreender seu modo de vida, assim pensa o grupo interno, deve estar enraizado em preconceitos hostis ou em uma má-fé, dado que as verdades sustentadas pelo grupo interno são “coisas óbvias”, autoevidentes e, portanto, compreensíveis por qualquer ser humano. Esse sentimento pode levar a mudança parcial do sistema de relevâncias predominante no grupo interno, na medida em que pode originar uma solidariedade baseada na resistência às críticas externas. O grupo exterior é então visto com repugnância, nojo, aversão, antipatia, ódio ou medo. (Schutz, 2012: p.99)

A partir da noção proposta pelo autor (idem) foi possível, também, fazer analogias, durante a pesquisa de campo, sobre a maneira como vários interlocutores denominavam a Camisa 33: torcida de playboy, riquinhos, garotos de prédio e “empinam pipa no ventilador” foram expressões para classificar a barra. Ao indagar os entrevistados sobre as afirmações escutei algumas histórias, inclusive, de conflitos entre a C33 e a Remista que é a mais antiga organizada do clube.

Com base na noção proposta por Schutz (2012) é possível perceber, ainda, que dentro de um mesmo grupo social, no caso o fenômeno azul, as organizadas, bem como, a barra brava, funcionam como um grupo interno dentro de um todo: a Nação Azul e ainda que o amor pelo Remo seja um elemento que gere coesão social entre elas, mesmo assim, cada organizada possui códigos, interesses, hierarquias e peculiaridades que podem não ser compreendidas por quem está de fora.

Dito isso, aproveito para relatar que durante os primeiros anos da fundação da Camisa 33 houve resistência por parte das demais organizadas que os classificavam como “argentinos” devido à inspiração nas barras sul-americanas e não viam com bons olhos a nova torcida é o que relatou a ex-integrante e uma das fundadoras da Camisa33 que pediu para não ser identificada e, por isso, utilizarei o pseudônimo de Érika Figueiredo que é o nome de uma das atletas de destaque na história do Remo.

Tiveram pessoas que não viram com bons olhos esse modo de torcer barra brava. Como assim o time está perdendo e vocês estão apoiando? Estão loucos? Era o que eles pensavam e diziam. Lembro que teve uma vez que a gente estava cantando e quando vimos eles desceram correndo. Um membro da remista veio pra cima de um torcedor da barra, eles se estranharam e brigaram no estádio. Eu saí correndo. Eu até os entendo, porque esse não é um estilo de torcer oriundo daqui e gera estranhamento mesmo, afinal querendo ou não todo mundo quer ver seu espaço e quer se mostrar superior e até aquele momento a Remista era hegemônica e a Camisa 33 representava o novo e isso para quem é tradicional pode ser ameaçador. (**Érika Figueiredo**)

Informo que esse foi o único depoimento que obtive sobre o desentendimento entre as duas torcidas. Sempre que questionava os meus interlocutores sobre o assunto eles me diziam que preferiam não falar e que isso havia sido superado, como foi o caso da torcedora Ingrid Cardoso: “acho totalmente desnecessário ficar comparando a C33 e TOR, acaba criando uma inimizade desnecessária tendo em vista que há respeito entre ambas. Cada uma tem seu jeito de cantar, apoiar o clube”.

Através da observação participante comecei a perceber que, talvez, houvesse resquícios desse conflito ainda que os torcedores não reconhecessem abertamente. Explico. Dentro do estádio percebi que as duas torcidas ignoravam o que cada uma cantava. Não há nenhuma de integração ou comunicação entre elas diferentemente do que ocorre, por exemplo, entre a Terror Bicolor e a Banda Alma Celeste (BAC) que seriam equivalentes as duas para o Paysandu.

O bicolor Ed Campos, 41 anos, me contou que a grande diferença, para eles, em relação à torcida do Remo é que eles são unidos: “a torcida da Leoa não tem união. Cada um

vai de uma cor, canta o que quer é tudo muito fragmentado é por isso que a gente consegue fazer Mosaico em 3D e vocês não”. Confesso que como torcedora a vontade que tive foi de argumentar e dizer que nossa torcida era mais incrível, mas como pesquisadora lembrei-me da minha vivência na bancada e do depoimento do remista Ivan Andrade para ele: “as músicas cantadas tem que ser revistas, momentos que era pra cantar um simples reeemooooo e eles cantam alguma desconhecida e a grande massa não conhece ou não canta. Desanima a galera”. O depoimento é corroborado por Sérgio Trindade:

Quando a Remoçada e a 33 cantarem no mesmo ritmo vai ser uma parada bacana, mas nunca cantam. E olha que a Remoçada tem umas músicas que dava pra torcida inteira puxar, como Dentro do Baenão ela não para de agitar, torcida azulina a mais querida do Pará, tremulando sua bandeira com orgulho e vibração, eu sou Clube do Remo, sou remista, sou leão, sai do chão, sai do chão, sai do Chão, a torcida do Leão. **(Sérgio Henrique Trindade)**

Para o azulino João Rodrigues é inegável que a C33 revolucionou a voz da torcida do Remo, mas a opinião não é compartilhada pelo torcedor Dhyogo Costa que diz não gostar da TOR, mas acredita que é ela quem, realmente, puxa o estádio:

Eu odeio a torcida Remoçada e falo isso muito francamente, no entanto, vamos ser justos, a Camisa 33 que é a organizada que na teoria ajuda o estádio a cantar só canta músicas desconhecidas tirando a "Dizem que somos loucos" e "Uma coisa eu te peço". Hoje vi o estádio cantar com a Remista, torcida que não gosto, mas tenho que admitir. No final do ano passado vi sair uma música simples e fácil. Por que a organizada C33 não faz o fácil ao invés de insistir em músicas que ninguém canta a não ser a metade deles? **(Dhyogo Costa)**

Assistir ao Re-Pa, do lado B, possibilitou enxergar diferenças e similaridades com a torcida adversária, inclusive, em alguns momentos, gerou admiração como foi o caso da integração entre as organizadas do Paysandu. Observei que se as músicas da Terror Bicolor estivessem sobressaindo a BAC parava o que estava cantando e puxava a mesma canção e o inverso também ocorria. O alento era coletivo.

Outro momento que é surpreendente foi ao chegar na bancada e perguntar pela BAC que ainda não estava lá. Os torcedores me disseram que ela iria subir minutos antes do jogo. No mesmo instante, olhei para o estádio lotado e perguntei como, já que ali não caberia mais gente, mas quando a BAC entrou no estádio eu obtive a resposta.

A Alma Celeste funciona, para o Paysandu, como mais um elemento da partida e, por isso, sobe a bancada faltando, apenas, 10 minutos para os jogadores entrarem em campo e é recebida, calorosamente, pelos torcedores que abrem caminho para entrada da banda e o

fazem alentando: “Ih, você sorriu quando eu cai. E vai chorar quando eu voltar. O Paysandu tem muita história e tem torcida pra apoiar”. Esse é o ritual que, segundos os bicolores, é repetido em todos os jogos.

A emoção da torcida bicolor, em muitos momentos, fez com que meu cérebro de torcedora “fanática” desse um nó. Eu me via cantando as músicas da BAC e quando isso ocorria me autocensurava. Essa excitação que nos fala Elias (1992) fez com que eu me sentisse contagiada pela torcida adversária.

O estar-junto, Maffesoli (2010), me fazia querer pular, cantar e vibrar mesmo sendo uma estrangeira, naquele grupo social, nos moldes que nos fala Schutz (2012), visto que não partilhava a mesma tradição histórica que eles: “é claro que também do ponto de vista estrangeiro esse grupo possui uma história peculiar, uma história que é acessível para ele. Mas ela nunca se torna parte de sua própria biografia, tal como é a história do grupo ao qual ele originalmente pertence”.

Algo que me deixou, talvez, mais à vontade, é que as músicas do alento da BAC, muitas vezes, são iguais as da Camisa 33 como: Sou Papudinho Sim, Senhor, Te Sigo Aonde For, Anunciação bicolor e Do Norte Eu Sou, entre outras. Como a melodia era conhecida eu cantava a letra da C33 no alento da BAC.

2.1 Dizem que somos loucos da cabeça

A afirmação “sou clubista”, também, foi utilizada para justificar atitudes ou situações que, na opinião dos torcedores adversários, são extremas, mas para os azulinos representam o amor pelo Remo e por se tratar de “sentimento não devemos tentar entender”. Recordo que durante o jogo das semifinais da Série D o Clube do Remo não conseguiu vencer, mas ao término da partida, mesmo com a derrota, os torcedores ficaram trinta minutos aplaudindo os jogadores e alentando.

Os remistas diziam que valeu a “entrega” do elenco e o acesso, obtido no jogo anterior, e isso me possibilitou entender nas palavras de Damo (2015) que: “muito embora a vitória seja um componente importante na afirmação de uma equipe ou de um jogador frente aos torcedores do clube ou seleção, a ideia do que seja uma boa ou má representação excede, consideravelmente, a questão dos resultados. A dedicação, a coragem, a bravura são também valorizadas mesmo na derrota”. (2015: p.73)

Para o torcedor Mauro Tavernard a torcida do Remo não vive de resultados, de nenhuma espécie, é assim desde sua fundação:

Muita gente acha que ser torcedor serve apenas como entretenimento barato para seguir apenas nos bons momentos de seus respectivos times - vide o número de palmeirenses que apareceram do nada nos últimos tempos. O Remismo é feito de momentos como esse Encontro de Leões. O Clube de Pericá existe para isso: unir e reunir amigos. Troféus e condecorações são lindos, como enfeite na sala de troféus, e ainda que o Remo tenha muitas glórias nos seus 112 anos de vida, o mais importante legado do clube para sempre estará nas arquibancadas. Nem que um *sheikh*²⁷ das Arábias apareça e nos encha de títulos isso irá mudar. **(Mauro Tavernard)**

O depoimento do torcedor me possibilitou recordar, ainda, o evento organizado pelos azulinos denominado Encontro de Leões ocorrido no dia 11 de dezembro de 2016, no Mangueirão. O Encontro foi inspirado no dia 07 de março de 1999 em que a torcida do time argentino Racing Club lotou o estádio, na cidade de Avellaneda, devido à justiça ter decretado a falência do clube na semana que o time deveria estreiar no campeonato contra o Talleres, de Córdoba, o motivo foram às dívidas acumuladas. A torcida fez protestos e no dia do que deveria ser a estreia do time lotou o estádio com mais 35 mil torcedores que cantaram sem parar por 90 minutos. O tempo de uma partida de futebol.

Não existia bola, não existiam jogadores e nem troféus. A história da torcida que foi ao estádio sem que o clube estivesse em campo motivou os remistas que objetivaram conseguir recursos para a reforma do Estádio Evandro Almeida, o Baenão, para que pudesse receber jogos oficiais, em 2017, e nas palavras deles “voltarem pra casa”. Com ingressos no valor de R\$ 10 reais, o Encontro de Leões reuniu cerca de cinco mil torcedores.

A iniciativa foi liderada pelos torcedores que estiveram à frente do Projeto Bandeirão, que em setembro de 2016 inaugurou, durante partida da Série C, uma bandeira com um tamanho equivalente a um prédio de 20 andares. Os remistas arrecadaram, nessa campanha, quase R\$ 17 mil reais através de doações e da comercialização de camisas com estampas dos ídolos do Clube do Remo, como Pericá, Negão Matora e, recentemente, o funcionário Mudinho.

²⁷ *Sheikh* é o termo utilizado para designar o chefe de uma família árabe, de um clã ou de uma tribo ou, ainda, quando uma pessoa concluiu os estudos islâmicos especializando-se nos ensinamentos do Islamismo. Normalmente, o título é herdado de pai para filho em uma tribo patriarcal. Na cultura ocidental, a palavra *sheikh* é associada ao indivíduo com grande status social e bastante dinheiro.

Figura 22 - Estampas para arrecadar fundos para o projeto Bandeirão



Acervo Projeto Bandeirão. Recolhida em 09/01/2017: www.facebook.com/ProjetoBandeiraoRemo

Para os interlocutores o amor pelo Clube do Remo pode ser referido através da expressão “o amor é o que amor faz” e, por isso, acreditam que é importante expressar amor através de ações. Como relatou a torcedora Brenda Sanny:

Amor pelo clube do Remo é querer usar a camisa independente de vitória ou derrota. É levar o escudo e o nome do Remo, todo os dias, em todos os lugares. É ter certeza que sempre o apoiarei mesmo nos momentos em que o time não me traz tantas alegrias. É querer ajudar de qualquer maneira. É me sentir muito bem usando o manto azul-marinho. É, também, o desejo de colocar o nome dos meus filhos em homenagem ao único Clube. **(Brenda Sanny)**

O depoimento do torcedor Yuri Brasil, ao ser indagado sobre o que é o amor pelo Remo, exemplifica o sentir coletivamente a emoção de ser torcedor:

O amor que sinto pelo Remo não se explica apenas se sente. É chegar no estádio e ao subir a rampa sentir o coração acelerado, o arrepio na pele ao ouvir a torcida gritando e cantando, a empolgação na hora do gol, a raiva na hora que o rival abre o placar, a alegria a cada lance. É sorrir, chorar, gritar. É cantar bem alto sem saber o tamanho do amor que sentimos por esse Clube. Amor que vem passando por gerações, entre várias famílias, assim como a minha. É dar o jeito de não perder nenhum jogo, é largar tudo pra ver jogar e quando alguém perguntar por que amar? Eu responderei que nenhuma palavra que eu use aqui vai explicar o que eu realmente sinto e o

que vou continuar sentindo pelo Clube do Remo. Vou amar até meu último suspiro. (**Yuri Brasil**)

Para o torcedor Edinaldo Miranda é a essência da Alma: “não se explica. Vivência”. As atitudes dos remistas como adquirir porcelanato para ajudar na reforma do Baenão, comprar produtos oficiais, pedir e dar carona para alguém que nunca viu antes só porque a pessoa é remista. Comprar ingresso, mesmo já pagando o sócio torcedor, para doar aos torcedores com menor poder aquisitivo, é representativo do que para eles é amor: fazer de tudo para ver o Remo jogar e lotar o estádio para apoiar o time não importando o sacrifício necessário:

É cantar, ouvir o hino e as músicas que vibram no estádio. É aquele abraço no desconhecido ao lado simplesmente porque ele torce pelo mesmo time que tu. É não conseguir ficar sem curtir tudo que envolve o Remo. Enfim, é algo que amo sentir e sei que levarei para sempre, porque não escolhi ser remista, eu nasci! Um sentimento, não tente entendê-lo. (**Brenda Sanny**)

Os azulinos fizeram questão de lembrar que o sentimento deles é amor e esse seria genuíno, profundo, arrebatador e os faz fazer loucuras pelo amado – o Remo. O torcedor André Almeida me disse que amar o Remo pode ser traduzido em três palavras: “ágape, philos e eros.” A origem grega dos termos fala de um amor que se doa, o amor incondicional, o amor que se entrega. Para o torcedor é isso que o Clube do Remo representa para ele.

Ao dizerem o que é o amor pelo Remo, várias vezes, fizeram questão de lembrar que o sentimento dos torcedores rivais é payxão²⁸ e isso é passageiro, momentâneo, um trocadilho em alusão ao slogan utilizado pelo rival e, por isso, o fenômeno azul lota o estádio em todo o tempo. O depoimento do torcedor Raylson, 22 anos, é representativo das emoções que envolvem a torcida e o seu time do coração.

O amor pelo clube é meio inexplicável. Até posso ter a ousadia de dizer que é um amor próximo ao que tenho pela minha família. Quando não está em bom momento, a gente vai lá e estende a mão para levantar. Quando está em alta caminha junto para não deixar tropeçar novamente. O exemplo disso foram os sete anos no limbo, onde por muitas vezes fomos humilhados e pisoteados até mesmo por pessoas que diziam amar o clube. Nós fazemos dos jogos a nossa festa, programamos a semana toda, chamamos os amigos e compartilhamos os momentos até com quem não conhecemos. (**Raylson Cleiton**)

Os torcedores foram estimulados a citar músicas que fossem representativas do que sentem pelo Remo e as respostas me possibilitaram compreender a emoção do que é torcer

²⁸ Grafia do termo paixão com y é uma junção da palavra paixão e o nome do time Paysandu.

por um clube. A minha surpresa foi verificar que não somente canções que envolviam ou mencionavam, diretamente, o Leão foram lembradas, mas, também, músicas que não faziam parte do universo futebolístico e, ainda assim, faziam sentido para torcida. Como a canção do Sorriso Maroto:

O que é, o que é?
 É abrigo, é abandono
 Faz dormir, mas tira o sono
 É tão manso e tão voraz
 Causa guerra e sela a paz
 É prisão, é liberdade
 É romance, é amizade
 É encontro, é despedida
 A missão maior da vida
 O que é, o que é?
 Doce, às vezes tão amargo
 Moderado, exagerado
 É estranho e tão normal
 Leve brisa ou vendaval
 É deserto, é um oasis
 Um dom de fazer milagres
 Faz cair e levantar
 Faz sorrir e faz chorar
 Na mesma medida pra homem ou mulher
 Pra quem acredita e pra quem não tem fé
 Quem vai ser feliz sem um dia provar
 A emoção que é amar
 O amor é a resposta
 É entrega, é aposta
 Pode ser rico ou pobre
 Um plebeu, ou um nobre
 É razão, é loucura
 É doença, é a cura
 Seja lá onde for
 Na alegria, ou na dor
 O que vale é o amor
 O que é, o que é ?

Por meio das respostas e da observação participante, durante a construção dessa etnografia, verifiquei que o sacrifício é tipificado como sendo amor pelo clube e pode ser constatado no depoimento do torcedor Ailton Galhardo, o qual compara o amor pelo Remo como um casamento e pelo qual se faz necessário, várias vezes, sacrifícios e renúncias:

É um amor infinito e verdadeiro. Esse amor pelo Remo é como um casamento tem seus momentos de turbulências, brigas e desentendimentos normais como em toda relação de amor. Amar um clube como esse tem que saber que ao mesmo tempo em que vai sorrir também pode chorar, sofrer, mas deixar esse amor? Nunca. Muitos deixaram, outros viraram aquela outra coisa que chamam de paixão, mas a paixão é passageira o amor é eterno e só quem conhece esse clube sabe desse amor eterno. (**Ailton Raiol Galhardo**).

O Clube do Remo, também, é tipificado por meio de outros quatro elementos que são: família, amigos, religião e a Nação Azul. Para os torcedores, o time é tão importante quanto um integrante da família:

O Remo é como se fosse um membro muito importante da família, um amigo dos melhores é como se fosse a minha própria vida e sem a própria vida não há como sobreviver. Simplesmente amor incondicional, trazido desde o tempo do meu avô e agora repassado a meus maiores tesouros que são meus filhos. (**Jacqueline Gomes**)

Algo que percebi, durante a observação participante, foi à existência de muitas famílias integrando o fenômeno azul. É o caso da Cláudia, a Claudinha da Camisa 33, 40 anos, professora e que acompanha o Remo, em todos os jogos, ao lado do filho André, 16 anos, estudante. A Cláudia contou que o marido é “mucura” e que no início reclamava muito, mas depois desistiu: “antes ele perturbava, porém quando viu que não tinha jeito e que o meu amor pelo Remo era maior ele resolveu largar de mão. Inclusive, ele traz e vem me buscar no estádio, todos os jogos. É muito bom torcedor ao lado do meu filho”.

A partir das respostas dos torcedores percebi a presença de uma sensibilidade nostálgica, tal como compreende, Castro (2015):

Tratava-se de uma sensibilidade geracional, ou, ainda melhor, uma sensibilidade possível a certas pessoas que, mesmo sem se conhecerem, compartilharam, num tempo-espaço dado, de um mesmo processo cognoscente, ou melhor, de uma teia intersubjetiva de sentidos e de estruturas, formas, de sentir. Uma dada vivência cultural, ou uma experiência cultural do tempo, para melhor dizer. (Castro, 2015: p.104)

A sensibilidade nostálgica foi possível verificar por meio do relato do torcedor Igor, 32 anos, formado em direito. Para o azulino, o Remo é uma lembrança da infância e simboliza a amizade que tem com seu pai.

Comecei a frequentar o estádio de futebol no início da década de 90. Uma fase áurea para o Remo. Iniciamos com um tricampeonato paraense (89/90/91) - o esquadrão cabano. Tivemos campanhas importantes na copa do Brasil (91/96). Melhor campanha de um Clube do Norte na primeira divisão, em 93, pentacampeonato paraense (93/94/95/96/97) e o famoso tabu de 33 jogos em cima do rival. Naquela época, mesmo criança, me recordo do mangueirão sempre lotado públicos que talvez nunca mais se repetirão. (**Igor Magalhães**)

Igor me relatou que possui uma coleção de camisas do Remo com cerca de 240 blusas e que para ele é uma forma de demonstrar seu amor pelo Remo: conservar a memória do clube:

Eu sempre gostei de coisas antigas. Além disso, eu trabalhei muitos anos no Centur e lá existe uma seção de jornais antigos, onde eu lia e buscava informações antigas dos grandes feitos do Remo. A partir daí, passei a me interessar mais pela história do Clube e fui observando, o que acontece com

quase todos os clubes brasileiros, que é o fato de não haver nenhum tipo de preservação e conservação pela história do time. Não há a preocupação de guardar jornais ou recortes de revistas, ou camisas de gols importantes ou de títulos, que poderiam futuramente subsidiar a montagem de um acervo que possibilitasse a criação do Museu do Clube do Remo. (Igor Magalhães)

Figura 23 - Coleção de Camisas do Remo antigas



Fonte: Acervo Igor Magalhães/ Cedido pelo autor para a pesquisa.

O torcedor disse, ainda, que a coleção é em prol de todos os remistas:

Sempre fico me perguntando o que aconteceu com as camisas que foram vestidas por Eusébio e o Pelé. Em 1975, o Remo venceu o Flamengo do Zico e o que teria acontecido com essas camisas históricas? Daí resolvi, por conta própria, começar a comprar camisas antigas do Remo no intuito de preservar um pouco a história vitoriosa do Remo. (Igor Magalhães)

Figura 24 - Coleção de Camisas do Remo



Acervo Igor Magalhães/ Cedido pelo autor para a pesquisa.

Por meio do depoimento da torcedora Van Maia percebo a tipificação do amor pelo Remo enquanto Nação e, portanto, grupo social:

A origem do amor pelo Clube do Remo vem basicamente pelo fato de se constituir uma nação: em que todos os integrantes se mantêm unidos pelos hábitos, tradições. Nós falamos a mesma língua e temos o mesmo pensamento. Essa união coletiva forma um organismo com interesses e necessidades comuns. Bom, essa é a maneira de tentar explicar o inexplicável. **(Van Maia)**

Ao perguntar sobre uma música que para a torcida representasse o que eles sentem pelo Remo a canção Exagerado, do cantor e compositor Cazuza foi citada como representativa do envolvimento afetivo da torcida com o clube. As emoções os fazem acreditar que, por exemplo, ninguém escolhe o time. Mas o clube escolhe você e, portanto, remista simplesmente nasce, porque “os destinos teriam sido traçados na maternidade”:

Amor da minha vida
Daqui até a eternidade
Nossos destinos
Foram traçados na maternidade
Paixão cruel, desenfreada
Te trago mil rosas roubadas
Pra desculpar minhas mentiras
Minhas mancadas
Exagerado
Jogado aos teus pés
Eu sou mesmo exagerado
Adoro um amor inventado
E por você eu largo tudo
Vou mendigar, roubar, matar
Até nas coisas mais banais
Pra mim é tudo ou nunca mais

O Remismo, tal qual compreendem os interlocutores, seria análogo à noção de pertencimento clubístico que teoriza Damo (2015) sobre o envolvimento emocional do torcedor com seu clube do coração:

No espectro do torcer, um segmento de público militante, não necessariamente pela frequência aos estádios, nem mesmo pelo vínculo a grupos organizados, e sim, emocionalmente engajados. À diferença dos simpatizantes, que escolhem os times para os quais irão torcer conforme a circunstância, e por vezes as conveniências, razão pela qual o envolvimento raramente se estende para além do jogo, os aficionados seguem uma mesma agremiação durante e vida, estendem as emoções vividas no espaço-tempo do jogo para além dele e por vezes são capazes de atitudes tidas como irracionais. Em outras palavras, pertencimento define melhor aqueles que se deixam permear pela performance da equipe que representa o clube, os que têm seu humor alterado em função dos êxitos e fracassos. O pertencimento denota uma modalidade de envolvimento propriamente intensa, equivalente

ao que os nativos caracterizam como “torcedor fanático”, “doente”, “cego”, etc. (Damo, 2015: p.65).

A reincidência dos termos Remismo e clubismo despertou meu interesse em entender o que significava, para os torcedores, tal afirmação e pode ser analisado através da música cantada pela Camisa 33:

Dizem que somos loucos da cabeça
Largo tudo pra te ver e nada interessa
Um amor que cresce a cada ano
Remo, nas boas te quero, nas ruins te amo
Ô, dalhe Remo

As falas de meus interlocutores possibilitaram interpretar, ainda, o amor enquanto sentimento tipificado. Ao serem indagados sobre o que seria o amor pelo Leão obtive várias respostas representativas das emoções que envolvem os torcedores do clube. Para boa parte do fenômeno azul, é um sentimento difícil de explicar como relatou o torcedor Leonardo:

Como explicar o amor? É um sentimento inexplicável, que não encontramos resposta em nenhum outro lugar, o Remo nos traz o sentimento de amor, felicidade, o sentimento do bem-estar, pra saber o amor pelo remo só sendo remista mesmo. Já dizia a frase muito usada por nós: a vida me fez remista e eu fiz do Remo a minha vida. Acho que ela diz tudo sobre o amor que temos pelo clube. **(Leonardo Faro)**

A resposta do azulino me fez recordar a canção O que é o amor, de Arlindo Cruz que foi citada, várias vezes, como representativa do amor pelo Remo:

O Que É o Amor?
Se perguntar o que é o amor pra mim
Não sei responder
Não sei explicar
Mas sei que o amor nasceu dentro de mim
Me fez renascer, me fez despertar
Me disseram uma vez que o danado do amor pode ser fatal
Dor sem ter remédio pra curar
Me disseram também
Que o amor faz o bem
E que vence o mau
Até hoje ninguém conseguiu definir o que é o amor
Quando a gente ama, brilha mais que o sol
É muita luz, é emoção
O amor
Quando a gente ama, é o clarão do luar
Que vem abençoar
O nosso amor

Para os azulinos amar o Remo é algo inexplicável e ainda que machuque, em vários momentos, devido ao cenário desfavorável dos últimos anos, não tem como abandoná-lo. O relato da remista Danielle Faustino me possibilitou compreender, ainda, o conceito proposto por Damo (2015) sobre fidelidade clubística.

Não dá pra explicar. Só em falar do clube do Remo o coração acelera, dá um nó na garganta aquele amor que, às vezes, te machuca, mas não se tem como e nem vontade de desistir. É muito intenso. Algo inexplicável. Não dá pra falar tudo o que poderia ser dito. É apenas sentir. **(Danielle Faustino)**

Para o autor a fidelidade “é estruturante no clubismo e seu amálgama é afetivo – por isso tão consistente e difícil de ser verbalizada pelos torcedores. Eles sabem que são fiéis a seus clubes e o dizem abertamente” Damo (2015, p.74). A fidelidade é perceptível no depoimento da torcedora Danielle que apesar de reconhecer os problemas do clube, ainda assim, não considera a possibilidade de mudar de time.

O conceito nos possibilita problematizar o futebol atualmente, visto que estamos diante de um vínculo afetivo que os torcedores estabelecem com um time e é caracterizado por conexões, várias vezes, imutáveis, visto que seria dispendioso para alguém “virar-casa” e trocar de time. O futebol, portanto, está na contramão da contemporaneidade, no que tange o estabelecimento de elos fixos diante de uma sociedade fluída e com fronteiras, cada vez mais, estilhaçadas e caracterizada por vínculos instáveis. O depoimento da torcedora Sônia Oliveira é significativo para interpretar a ligação estabelecida entre um torcedor e um time de futebol. Apesar de ter tido sido casada e ter um namorado que é torcedor do Paysandu ela continua remista:

Casei com “um mucura” e meu filho apresentava sinais de que ia torcer pra elas, aí divorciei e hoje meu filho tem sangue azul, tem o mesmo amor pelo Remo. E pra encerrar, quando o Remo joga, largo tudo pra assistir ao jogo. Meu namorado não aprova muito, mas isso é problema dele. Sou Leão e nunca deixarei de ser. **(Sônia Oliveira)**

Durante a pesquisa percebi que muitos torcedores tinham dificuldade em definir o que era o amor pelo e, por isso, vários relatos vieram em forma de exemplos e histórias do que era o amor pelo time e todos eles me possibilitaram entender que amar o Remo, na fala dos meus interlocutores, é fazer de tudo pelo clube, como a coleta para pagar salários atrasados dos jogadores.

Em 2015, os torcedores organizaram uma espécie de “vaquinha” e arrecadaram durante três dias de campanha, nas redes sociais, cerca de R\$ 15 mil reais que foram entregues para uma comissão de jogadores formada pelo goleiro e capitão do time, na época,

Fabiano, o zagueiro Max e o atacante e principal ídolo, da temporada, Eduardo Ramos. Os jogadores utilizaram o valor para efetuar o pagamento dos funcionários. Para o azulino Rogério Teles a atitude da torcida mostrou que “Juntos eles são um Fenômeno” em referência ao slogan utilizado pelo marketing do Remo, em 2015.

O episódio, para o torcedor Oswaldo Koury, motivou o elenco, a comissão técnica e a própria torcida e foi determinante para a conquista do acesso:

Eu agradeço aos remistas que tomaram a iniciativa de fazer uma arrecadação para pagar o salário dos funcionários do clube. Naquele momento, em minha opinião, houve a sensibilização do grupo de jogadores. Naquele momento, o grupo fechou, e decidiu honrar a camisa. Essa que nós, torcedores, temos raça e paixão. Estou dizendo para mostrar, mais uma vez, que um simples gesto, de um determinado grupo, fez com que fosse acesa essa chama que nos rendeu o acesso. Esse gesto tocou o grupo. Parabéns aos torcedores. Parabéns ao Clube do Remo. (Oswaldo Neto Koury)

A atitude da torcedora Aleanny Moreira que foi notícia, em rede nacional, ao tentar vender um sapato para conseguir comprar ingresso e ir ao estádio é outro exemplo, segundo meus interlocutores, do Remismo, isto é, do que seria o amor pelo Remo. Para os torcedores, ver o time em campo é muito importante. Vale tudo para ver o Remo jogar. Segundo o remista Ricardo Maués cada um faz seus sacrifícios pelo Remo e todos eles são válidos. O depoimento é corroborado por Jhon Faria: “par ver o leão não tem preço”

Figura 25 - Anúncio de venda de sapato



Acervo Grupo O Remo é meu. Recolhida em 15/11/2015: www.facebook.com/groups/oremoemeu/

Segundo o torcedor Sérgio Barbosa, engenheiro civil, que se identifica como Sérgio Remista Barbosa, a justificativa para a força do Fenômeno Azul é o amor e isso a força motriz²⁹ que sustenta o clube. O torcedor parafraseou a música *Você não presta, mas eu te amo* - composição que ficou conhecida na voz do cantor Reginaldo Rossi - ele me disse que essa canção poderia ser, em vários momentos, a música do Remo:

A torcida do Remo carrega esse Clube nas costas e não abandona o time nunca. Paga o Sócio torcedor, compra ingresso, ajuda nas obras do Baenão³⁰ e até se sensibiliza com um garotinho azulino que perdeu a casa em um incêndio. É muito amor, mas é um amor, às vezes, bandido. Porque nem sempre o clube corresponde então à música *Tu não prestas, mas eu te amo*, várias vezes, cabe para o Remo. (**Sérgio Barbosa**)

²⁹ Força motriz é o termo utilizado, na Termodinâmica, para classificar um agente natural que pode ser água, vapor, vento e/ou, eletricidade responsável em gerar movimento em um motor ou maquinário e, no sentido figurado, significa força que impulsiona e faz mover.

³⁰ O estádio do Clube do Remo se chama Evandro Almeida, mas é popularmente conhecido por Baenão devido a sua localização ser a Travessa Antônio Baena próximo à Avenida Almirante Barroso, uma das principais vias de circulação de Belém.

A canção da banda Calcinha Preta também foi citada, durante a pesquisa, como uma canção que representa o Clube do Remo. Para alguns torcedores “o Remo é aquele amor que faz mal, mas que você continua lá” essa afirmação possibilitou fazer referência aos sete anos de crise que o time viveu sem série ou na última fase do futebol brasileiro.

Calcinha preta

Você não vale nada,
 Mas eu gosto de você
 Tudo que eu queria
 Era saber porquê?
 Você brincou comigo,
 Bagunçou a minha vida.
 E esse meu sofrimento
 Não tem explicação.
 Já fiz de quase tudo tentando te esquecer.
 Vendo a hora morrer
 Não posso me acabar na mão.
 Seu sangue é de barata,
 A boca é de vampiro.
 Um dia eu lhe tiro
 De vez meu coração.
 Aí não mais te quero

Através do trecho de uma música cantada nos estádios, de autoria da C33, percebe-se, também, os afetos que envolvem a torcida e o clube: “um amor que só cresce a cada ano. Remo, nas boas te quero e nas ruins te amo.”

Vendo nossa torcida ano após ano encher o estádio, fica claro a nossa grandeza. Dizer que tem a maior torcida é uma coisa, mas mostrar é outra. Há cinco anos seguidos que o Remo é líder absoluto em média de público e arrecadação no campeonato paraense e nos anos em que disputamos a Série D arrecadamos mais que o nosso rival mesmo eles tendo a tal divisão. Sozinhos nós arrecadamos o mesmo que todos os outros clubes da Série D juntos. Temos a 10ª melhor média de público e a 16ª maior arrecadação dentre os 100 clubes que disputam todas as divisões. (**João Malcher**)

A fidelidade ao time, para alguns torcedores, é tamanha que muitos disseram não usar, em hipótese alguma, roupas ou produtos que tenham a cor do time rival. Ou seja, excluam das suas vidas a cor azul celeste por simbolizar o rival. Ainda, durante a pesquisa, encontrei torcedores que em nome do pertencimento ao clube do Remo não aceitavam torcer ou vestir camisas de outros clubes que não fosse o Leão. Para esses torcedores não se deve torcer para mais de um time – algo comum na região Norte e Nordeste do Brasil onde torcedores costumam apoiar clubes do eixo sul-sudestes. Para os que defendem o “Remo como o único time”, o “único amor” eles citam sentimentos como lealdade e fidelidade.

2.2 Jogo do Leão, camisa do Leão

“Sempre na pele eu vou levar o azul marinho”. Este é um dos trechos mais cantados pela barra do Remo, em dias de jogos, e que retrata a representatividade das cores do clube para a torcida. A Camisa 33 tem como premissa padronizar os azulinos, na arquibancada, com a cor azul-marinho e, por isso, criticam e combatem a utilização de camisas de outros times em jogos do time. Prática comum e que eles costumam nomear de mistos, torcedores que não possuem o Leão como seu único clube.

O conselheiro Bruno Nascimento diz que padronizar a torcida é importante: “formar aquele mar em azul marinho, nas arquibancadas do colosso do mangueirão, é algo sem palavras. É orgulho ter o Remo como único time”. Para o torcedor Mailson Nascimento os bicolores encarnavam nos remistas devido à ausência de padronização, mas isso estaria sendo superado: “padronizar a torcida é uma forma de respeitar às nossas cores. Nosso azul é tão bonito, eu não usaria outra cor, inclusive, nem de branco eu vou para o estádio. Antes erámos encarnados que nossa torcida parecia piscina de bolinhas, mas isso já está mudando devido à campanha de padronização da torcida”.

Durante a pesquisa percebi que é costume da C33, nos intervalos das partidas, puxar o grito: “jogo do leão. Camisa do leão” objetivando fazer com que qualquer torcedor que esteja com a camisa de outro clube retire-a ou troque de lugar. O fato já teve diversos desdobramentos gerando, inclusive, agressão física e xingamentos. Diante do ocorrido, a barra veiculou uma nota de repúdio aos extremismos e ratificou que o sonho deles é ver o estádio todo em azul marinho, mas sem que seja necessária qualquer ação violenta.

Figura 26 - Torcedor com a camisa do Palmeiras no jogo do Remo



Acervo Grupo O Remo é meu. Recolhida em 25/01/2017: www.facebook.com/groups/oremoemeu/

A postura da Camisa 33 divide opiniões. Se para alguns é preciso combater os mistos outros consideram que atitudes como essas afastam o torcedor comum do estádio. É importante dizer, ainda, que os contrários a atitude da barra não fazem parte do grupo e isso me permitiu fazer analogias com que Schutz (2014) nos fala sobre os integrantes de um grupo externo não compartilharem das mesmas verdades que são partilhadas em um grupo interno: “nenhum artigo de fé ou tradição histórica os compromete a aceitar como corretos os bons costumes de outro grupo que não o seu próprio (...). Aquele que é de fora avalia os padrões

predominantes no grupo que está sob consideração de acordo com o sistema de relevâncias e tipificações ao qual pertence o avaliador”. O relato do torcedor Ricardo Albuquerque é representativo dessa perspectiva:

Estava próximo ao tumulto que a Camisa 33 criou com essa história de "jogo do Leão, camisa do Leão". Vou dar minha opinião: bando de babacas. Esse tipo de atitude só envergonha a imagem da C33 que é um exemplo de como torcer e incentivar o time. Isso não é o perfil da 33. Eles não podem se deixar levar por alguns infelizes que não respeitam o direito do torcedor. Para pra pensar! Tem carioca e flamenguista no Brasil inteiro e esse podia ser mais um nos apoiando, assim como tem também paraense, remista, no Rio de Janeiro que usa com orgulho nosso manto em pleno Maracanã em dias de Fla-Flu. (Ricardo Albuquerque)

O depoimento é reforçado pelo remista Afonso Noronha que até concorda com a campanha, mas considera a atitude prejudicial para o clube. A opinião do torcedor é análoga ao que Schutz (2014) fala sobre manter válido o princípio de que grupos externos analisam os fatos de maneira diferente a grupos internos, ainda que em menor grau, quando as relações entre dois grupos possuem muitas coisas em comum. No caso desta pesquisa, apesar de todos serem torcedores do Remo, alguns fazem parte da Camisa 33, outros participam de organizadas e, ainda, aqueles que estão em um mesmo grupo de whatsapp, mas não apresentam um vínculo formal com as TO'S e enxergam os mistos de maneiras diferentes:

Acho certa a campanha de jogo do Remo camisa do Remo, mas querer mandar na vontade e direito dos outros não é legal, estão querendo afastar o torcedor comum do estádio. (Afonso Noronha)

Para John Cley é exagero reclamar sobre os torcedores usarem outra camisa e sugere que os incomodados devem se tornar Paysandu e fazer mosaico³¹, uma referência ao que a torcida adversária faz com a palavra Payxão, no estádio, mas que segundo os remistas “dá azar”. Segundo os azulinos todas as vezes que os bicolores fizeram mosaico o time não venceu jogo: “Égua³²! Reclamam até da camisa que o cara vai pro jogo. Quer ver o estádio todo da mesma cor? É só atravessar a Almirante Barroso³³ e ir fazer mosaico com a torcida da mucura. (John Cley, 2017)

O assunto é polêmico. Os torcedores que possuem mais de um time criticam a postura da Camisa 33 e acreditam que isso é um atentado contra a liberdade de expressão, censura e tentativa de impedir os torcedores de apoiarem o Remo, principalmente, os com menor poder

³¹ Mosaico é uma imagem criada pela junção de pequenas peças coloridas sobre os torcedores.

³² Expressão paraense com significado que muda dependendo do contexto. No caso desse depoimento significa indignação e/ou irritação.

³³ A Avenida Almirante Barroso é uma das principais vias de entrada e saída da cidade de Belém e nela se situam o estádio do Clube do Remo, de um lado, e do outro a Curuzu - estádio do Paysandu Sport Club.

aquisitivo é o que opinou Magalhães Melo, 33 anos, que é remista, torcedor do Flamengo e do Corinthians: “querem se meter no time que escolho para torcer. Estão loucos? Às vezes o cara só tem aquela camisa e vai com ela. Qual o problema”? A opinião é reforçada pelo azulino Fábio Will, jornalista esportivo e ex-membro da Camisa 33:

Eu não tenho paciência para bairrismo. Sou torcedor do Vasco e do São Paulo e acredito que fronteiras geográficas não me impedem de torcer pelo time que eu quiser. Não gosto e nem concordo com a pressão que algumas organizadas exercem sobre seus torcedores para terem um único clube. Eu amo o Remo, mas tenho outros dois times. **(Fábio Will)**

Existem torcedores que defendem a barra e dizem que os mistos precisam ser combatidos. O remista Davi Leal opina que se o jogo é do Leão você não deve ir com outra camisa: “Qual a dificuldade pra um torcedor do Remo usar a camisa do Remo num jogo do Remo”? O azulino Ricardo Maués relata que a Camisa 33 faz diferença no estádio e a presença da torcida incomoda e esse seria o motivo de alguns implicarem:

É triste ver gente querendo pilhar com a Camisa 33. A torcida está sempre apoiando o clube. Eles incentivam o estádio a cantar. Quem lembra dos antigos jogos do Remo antes da barra brava sabe do que estou falando. **(Ricardo Maués)**

O remista Alan Moraes, 37 anos, lembra que o estádio antes da barra era calado e colorido e que foi a Camisa 33 a responsável pela mudança:

A torcida era um pouco calada e o estádio estava todo colorido cheio de camisas de clubes de fora. A ideia de ter mais gente com a camisa do Remo parte de uma ideologia de valorizar as cores e a marca do clube. O respeito que esse clube merece. **(Alan Moraes)**

A importância de padronizar a torcida é defendida, também, por diversas organizadas do clube como a Remista³⁴ que foi fundada em 1989, durante um jogo no Baenão, e é a mais antiga TO do Remo. A música lançada, em 2016, e que é uma paródia da música “Que bonita a sua roupa”, um dos grandes sucessos do seriado Chaves,³⁵ retrata a importância da cor azul para a organizada no refrão: “Azul marinho é minha roupa, minha torcida é muito louca, em Belém tu tá ligado, Clube do Remo lado a lado, o mais querido do Pará”. A Camisa 33, também, tem uma música que ressalta a importância de uniformizar a torcida: “sempre levarei comigo: a camisa azulina e a cachaça na mão. O Leão já me espera”.

³⁴ A Torcida Remista foi fundada em 1989 e é conhecida como TOR, uma analogia ao deus pagão nórdico Thor - deus dos trovões e das batalhas, que é muito poderoso. Por muito tempo o capacete dele foi símbolo da torcida.

³⁵ Chaves é uma série mexicana criada e protagonizada por Roberto Gómez Bolaños, conhecido como Chespirito, produzido pela Televisión Independiente de México. A série que é popular no Brasil relata as experiências de um grupo de pessoas que moram numa vila num tom, geralmente, cômico.

Durante os jogos do Remo, no estádio, verifiquei uma grande preocupação, por parte dos integrantes da C33, com a roupa que iriam vestir, inclusive, aproveito para relatar a minha experiência durante a ida ao churrasco na casa do Paz, minha primeira experiência de campo, já relatada no início deste trabalho. Minha amiga Luana Castro foi me buscar muito cedo para ir ao churrasco pré-jogo e eu não estava arrumada, na pressa, vesti a primeira blusa do Remo que encontrei e ela era na cor branca, mas ao me ver, na mesma hora, Luana sugeriu que eu trocasse, porque segundo a minha amiga, no estádio, não basta irmos com a blusa do Remo a gente tem que, também, padronizar e, portanto, vestir azul marinho.

Luana me relatou o motivo: “amiga, o segundo e terceiro uniformes do Remo as blusas brancas, amarela, bege, laranja, vermelha, cinza, dourada. Todas as outras são para passearmos. No Mangueirão, a gente tem que usar azul marinho, porque quando estamos padronizados a nossa torcida fica mais linda”. Durante a pesquisa percebi que muitos torcedores concordavam com a Luana:

A bancada está ficando, a cada dia, mais bonita com o azul marinho predominando. (**Mari Pinheiro**)

Eu vou, toda vez, com a blusa bege. Superstição, ou não, está dando certo, porém eu concordo que a bancada toda azul é imbatível. (**Sylvio Cardeal**)

Antigamente a mucura falava que nossa torcida era feia, colorida, e agora mucura imunda? A torcida está totalmente padronizada e sem modinhas. Somos o clube do povo. (**Jean Pereira**)

Olha, Aline, a diferença entre o último jogo de 2015 e a primeira partida do Parazão³⁶ é nítida. Que padronização. Fica mais bonito quando é tudo Azul Marinho. Saz³⁷! (**Luan Nascimento**)

As integrantes da Camisa 33, durante os jogos, costumavam vestir blusas no modelo baby look³⁸ ou as camisas da linha própria de produtos oficiais da Barra, a 1905. Trajavam shorts jeans, a maioria azul e/ou branco e calçavam tênis, sapatilhas ou havaianas³⁹ brancas. Várias, usavam bonés, óculos escuros, estavam maquiadas e com os cabelos escovados. Os homens sempre estavam com a blusa do time, bermuda jeans e chamou a minha atenção que vários utilizavam o branco, na parte inferior, contrastando com o azul marinho da camisa – cores do remo. Quase todos estavam de óculos escuros e utilizavam produtos oficiais. Percebi

³⁶ O Campeonato Paraense é conhecido, popularmente, como Parazão e é a principal competição de futebol disputada no Estado do Pará.

³⁷ Sigla que significa saudações azulinhas. A expressão é utilizada pelos torcedores para saudarem uns aos outros.

³⁸ As camisetas baby look são peças muito procuradas pelo público feminino por serem blusas mais justas, com mangas mais curtas e de menor comprimento.

³⁹ Havaianas é uma marca brasileira de sandálias de borracha produzidas pela Alpargatas.

que durante os jogos as camisas azuis são preferidas enquanto que para passear ou nas programações extracampo os torcedores aproveitavam para usar os demais modelos e cores.

Há uma grande valorização dos produtos oficiais, bem como, campanhas para sua aquisição, visto que a prática ajudaria o clube a minimizar a crise financeira. Inclusive, percebi que no grupo Remo é meu⁴⁰, no Facebook, quando algum torcedor publica uma foto vestindo a blusa ou utilizando produtos falsificados eles são, imediatamente, criticados pelos demais membros. Há um combate à pirataria e incentivo à aquisição de produtos licenciados, por parte dos torcedores, visto que para uma empresa ter direito ao uso da marca Remo é preciso pagar royalties⁴¹ e isso aumentaria a receita do clube.

Durante toda a pesquisa eu não vi, em nenhum momento, qualquer torcedor da Camisa 33 com produtos piratas. Cabe uma observação que o preço dos produtos do Remo não é acessível para uma pessoa com menor poder aquisitivo, visto que as camisas oficiais da temporada, por exemplo, custam acima de R\$ 160 reais, bonés R\$ 65 reais e chaveiros R\$ 20 reais.

Algo que também chamou a atenção é que a Camisa 33 é uma das principais entusiastas do programa sócio torcedor que é um projeto de gerenciamento de sócios, que objetiva a adesão dos azulinos por meio de um sistema de fidelização com o clube, oferecendo vantagens e benefícios exclusivos para os sócios. A barra não recebe ingressos gratuitos e, a maioria dos torcedores, está cadastrada no programa Nação Azul que tem mensalidade no valor de R\$ 60 reais o plano ouro.

2.3 Com a camisa azulina e a cerveja na mão

Durante a pesquisa de campo percebi que muitos remistas evitavam tomar, no Mangueirão, a cerveja Tijuca - produzida pela empresa paraense Cervejaria *Cerpa* S.A. A bebida contém a cor azul celeste e o branco na embalagem e isso nos faz recordar as cores do time rival. Os azulinos preferiam tomar a Draft mesmo ela sendo, para muitos torcedores, de qualidade inferior ou, ainda, outros rótulos. A Tijuca é considerada, pelos especialistas do segmento, uma cerveja premium⁴² e no entorno do estádio uma latinha de 269 ml custa R\$ 3 reais.

⁴⁰ Acesso em 10/11/2017. www.facebook.com/groups/oremoemeu/

⁴¹ Royalties consistem em uma quantia que é paga ao proprietário pelo direito de usar, explorar ou comercializar um produto.

⁴² As cervejas premium possuem um alto teor de malte de cevada e usam menos adjuntos. A cerveja é visivelmente mais dourada e levemente doce em compensação é adicionado mais lúpulo o que aumenta o amargor desses tipos de cervejas.

A Draft de 350 ml é o rótulo mais consumido do lado A do Mangueirão. A bebida costuma ser comercializada na promoção três unidades por R\$ 5 reais. Para alguns, o quesito preço é o que mais importa, porém para boa parte dos torcedores é a cor da embalagem o fator determinante para escolha.

Figura 27 - Embalagem da cerveja Draft



Acervo Embalagem Marca. Recolhido em: 19/01/2017. www.embalagemmarca.com.br

Segundo o torcedor Luiz Alves, 35 anos, que atualmente mora em Porto Velho, Rondônia, a Draft é mais barata e tem o melhor custo benefício: “eu bebo a Draft, no Mangueirão, porque a intenção é subir a rampa o mais bacana possível e isso tu não consegues pagando cerveja cara”. O torcedor Adolfo Pinheiro tem uma opinião contrária. Para ele, a Tijuca é mais gostosa e disse não se importar com a embalagem: “se for o caso de esconder a lata por conta da cor que os incomodados o façam. Eu não ligo”, mas para muitos remistas a cor azul-celeste, na latinha, é algo perturbador como percebi no do depoimento de Igor Coimbra, 29 anos, doutorando em Engenharia de Recursos Naturais e que disse passar mal ao tomar Draft, mas que se incomodava com a cor da Tijuca: “em nome da minha flora intestinal bebo Tijuca, mas cubro as cores com o isopor que o camelô⁴³ vende”.

Para Carla Carolina Peres, 22 anos, universitária, a Tijuca é proibida: “não bebo essa cerveja no estádio, de maneira alguma, sou clubista mesmo”. Romero Miranda, 22 anos, ratifica a ideia da colega e disse: “sou clubista ao extremo e em dia de jogo, a partir de meia-noite, já não pode Tijuca que dirá no estádio”. Ao ouvir a palavra clubismo tentei entender o

⁴³ O vendedor ambulante, no Brasil, é popularmente chamado de camelô. São profissionais que trabalham nas ruas, geralmente, na economia informal.

que significa para o torcedor tal afirmação, já que notei a recorrência do termo, em vários momentos de minha pesquisa. Ao fazê-lo recordei-me da noção de “pertencimento clubístico” que teoriza Damo (2015) sobre o envolvimento emocional do torcedor com seu clube do coração.

Do ponto de vista antropológico, o clubismo pode ser definido como um sistema de representações estruturado de modo que o indivíduo, ao tornar-se torcedor, é capturado por códigos que orientam seu comportamento e moldam a sua sensibilidade. (Damo, 2015: p.91)

A afirmação “sou clubista”, dita por meus interlocutores, foi utilizada, de maneira recorrente, para justificar atitudes ou situações extremas que para a maioria das pessoas, beira a irracionalidade, mas para os azulinos representa o amor pelo Remo e por se tratar de “sentimento, não devemos tentar entendê-lo” parafraseando a música da C33, na bancada.

Mariana Fernandes, 19 anos, também universitária, diz que toma outra cerveja, mas pensa que a Draft é a cerveja mais consumida em dias de jogos do Remo: “tomo mais Brahma, mas posso dizer que a Draft sai muito nos nossos jogos pelo fato de ser azul marinho”. O torcedor Paulo Victor, 20 anos, Engenheiro Químico, mexe com a hombridade masculina ao fazer a sua defesa pela cerveja: “Draft é cerveja de homem-homem já a Tijuca é de homem-gourmet”. Para Bruno Nascimento, 28, anos esta cerveja representa o seu time: “Draft é vida, draft é Leão”.

Figura 28 - Embalagem da cerveja Tijuca



Acervo Embalagem Marca. Recolhido em: 19/01/2017. www.embalagemmarca.com.br

Há torcedores que disseram nunca ter bebido Tijuca. É o caso do Manoel Netto, 29 anos, professor: “eu nunca toquei nessa cerveja e tenho aversão a qualquer coisa que tenha

essa cor da mucura”. A mesma ideia é defendida, também, por outro torcedor Glauber Pinheiro, advogado: “Eu boicoto a Tijuca onde quer que eu vá, seja no estádio ou fora”.

Para Jose Nazareno Martins Gomes Martins, 51 anos, casado, há mensagem subliminar na embalagem: “na lata de Draft observa-se uma imagem ao fundo que lembra um Leão e no alto do rótulo tem cinco estrelas. Abaixo tem uma Coroa e mundialmente Coroa representa o Rei ou o Reinado. Isso é Leão”.

A repulsa as embalagens das bebidas que lembram as cores do rival também é compartilhada pelos torcedores do Paysandu. Para Jorge Miranda, 31 anos, doutorando em ciências sociais do lado B, no mangueirão, a Tijuca tem preferência: “A Draft além de ser ruim tem a cor do Remo e apesar de ser mais barata percebo que nos jogos do Paysandu, no mangueirão, a torcida não toma”.

Os depoimentos acima me possibilitaram associar à aversão às duas cervejas a resignificação das marcas que ocorre, anualmente, durante o Festival Folclórico de Parintins. As empresas mudam a identidade visual das marcas, apenas, na época em que a cidade se divide nas cores: vermelho e azul em alusão aos bois “bumbás” Garantido e Caprichoso. Essa que é a segunda maior manifestação cultural depois do Carnaval, no Brasil, é caracterizada pela aversão a cor do boi adversário. Quem usa azul e é Caprichoso não consome produtos na cor vermelha que representa o boi Garantido e isso afeta as marcas que atuam na região. Ao notar que os torcedores de Remo e Paysandu evitavam consumir determinada cerveja devido à cor da embalagem me fez recordar que em 2009 a Cervejaria Cerpa S.A que na época era patrocinadora dos dois clubes lançou uma linha de cervejas Gold com rótulos personalizados para atender os dois públicos como ocorre com as marcas que se (re) adequam em Parintins. Este fenômeno contemporâneo é perceptível em várias manifestações da cultura popular.

A linha lançada pela empresa comercializava a embalagem do Clube do Remo em azul marinho com bolas brancas e douradas envolvendo toda a lata e o escudo do clube com cinco estrelas douradas. Uma menção aos cinco tricampeonatos estaduais e uma prateada simbolizando o Campeonato Brasileiro Série C, de 2005, além da bandeira do Pará. O torcedor Jair Neto, 27 anos, Engenheiro Sanitário e Ambiental lembra com nostalgia da cerveja personalizada.

Sinceramente, pra mim tanto faz Tijuca ou Draft, mas quando tinha as versões da Cerpa Draft de Remo e mucura com escudo e cor oficiais. Aí sim, eu optava pela do Remo. Eu só cheguei a beber a da mucura, no mangueirão, e isso quando acabava a do Remo. Saudades dos jogos com stands da Draft a um real em meados de 2010 e 2011. Com R\$10 reais eu era rei e saía do estádio muito louco.

Figura 29 - Embalagem Cerpa Gold do Remo



Acervo Latas FC. Recolhido em: 19/01/2017. latafc.com

A lata do Paysandu era azul celeste com bolas brancas e douradas envolvendo toda a embalagem. O escudo do clube com duas estrelas amarelas que representavam as conquistas da Série B, 1991 e 2001, no alto, a taça e a bandeira do Estado do Pará que são alusivas à Copa dos Campeões de 2002 que é o título mais importante do clube.

Figura 30 - Embalagem Cerpa Gold



Acervo Latas FC. Recolhido em: 19/01/2017. latafc.com

Os rótulos especiais nas latas Cerpa Gold e garrafas de 600 ml marcavam o patrocínio da empresa aos dois maiores times de futebol no Pará e duraram até meados de 2011, ano em que a Cerpa retirou o patrocínio dos clubes. As cervejas Draft e Tijuca surgiram em 2012 e

2013, respectivamente, e não há registros que a empresa tenha criado as embalagens com o objetivo de atender as duas torcidas, mas é perceptível a apropriação popular das bebidas como sendo representantes dos clubes devido à semelhança com as cores oficiais. O torcedor Borba lembrou, ainda, a publicação do cantor e compositor Edi Rock, da banda Racionais MC's, em uma rede social na qual o artista postou uma foto da cerveja Tijuca perguntando qual clube paraense ele estava homenageando e em seguida postou uma foto da Draft falando que essa era em alusão ao Remo. Para o torcedor, isso foi um exemplo de que o cantor estaria “por dentro de quais são as duas paixões do Paraense”.

Figura 31 - Exposição de produtos em um supermercado de Belém



Acervo Rolando Júnior/ Reprodução/ Facebook. Recolhida em 28/01/2017.

Ao questionar sobre as cervejas recebi, ainda, do torcedor Rolando Júnior que é promotor de vendas a imagem de um supermercado de Belém com a exposição das bebidas simulando uma partida de futebol. De um lado, as cervejas Tijucas representavam o time do Paysandu e do outro as Drafts, o Clube do Remo. O palco da partida era um piso simbolizando o gramado e as pilhas amontoadas faziam alusão aos torcedores dos dois times na arquibancada. A foto é mais um indicativo do que os depoimentos dos torcedores já sinalizavam: a apropriação popular das bebidas por azulinos e bicolores.

2.4 Solidariedade Social

O torcedor do Clube do Remo João Paulo Bastos da Silva, nove anos de idade, teve a casa destruída em um incêndio no dia 23 de junho de 2016. Dentro da residência, estava o material que seria usado em sua festa de aniversário tendo como tema o Clube do Remo. Os torcedores e dirigentes resolveram preparar uma festa surpresa para João e seus familiares. A criança foi à convidada dos remistas para o treino realizado em preparação ao jogo contra o ABC Futebol Clube. O menino ganhou uma camisa oficial autografada pelos jogadores, além de uma chuteira. Centenas de torcedores, no estádio Evandro Almeida, compareceram para cantar os parabéns e contribuir com alimentos não perecíveis. Um grupo de torcedores ficou responsável por receber os alimentos doados, os quais foram entregues à família do garoto.

Figura 32 - Festa surpresa para o João Paulo



Acervo ASCOM Remo. Recolhida em: 04/06/2017. www.clubedoremo.com.br

Conto esse caso, para dizer que a interação afetuosa e emocional que a torcida do Clube do Remo estabeleceu com o torcedor João Paulo e sua família me possibilitou fazer analogias com o conceito de solidariedade social trabalhado por Maffesoli (2010):

A solidariedade social não é mais racionalmente definida, em uma palavra “contratual”, mas que, ao contrário, elabora-se a partir de um processo complexo feito de atrações, de repulsões, de emoções e de paixões. Coisas que tem uma forte carga estética. É a sutil alquimia das “afinidades eletivas”, descritas por Goethe, transposta aqui para ordem do social. Ou ainda, a simpatia universal do homem com seu ambiente natural, que reforça sua empatia particular com o ambiente comunitário. (Maffesoli, 2010: p.14)

A organicidade da qual nos fala Maffesoli (2010) é o que possibilita manter juntos elementos contrários e até opostos em torno, no caso desse episódio, o incêndio/ aniversário do João e que foi capaz de gerar coesão social na torcida azulina.

O incêndio que destruiu bens materiais fez reacender a chama da solidariedade e união da nossa torcida. Parabéns aos torcedores que tiveram a iniciativa em ajudar e aos que puderam ajudar mesmo de forma indireta. Podemos dizer que há como tirar proveito de uma tragédia? Sim, podemos. Todo o trauma que essa família passou deu espaço para muito carinho vindo de um fenômeno que estava precisando de mais união. Hoje, essa família está nos braços de quem só quer o bem dela. Hoje, nossa torcida está mais fortalecida. Hoje, temos a oportunidade de agradecer por nada de mais grave ter acontecido. E como um filho que fica ainda mais perto dos pais quando eles precisam nossa torcida está ainda mais próxima. (**André Neri**).

Os torcedores azulinos também organizam campanhas de doação de sangue, arrecadação de alimentos não perecíveis e material escolar. A torcida se posiciona e opina em assuntos que estão para além do futebol, mas que dizem respeito à vida em sociedade como: corrupção, violência contra mulheres e menos cortes e mais escolas.

Figura 33 - Protesto contra o corte de verbas na educação



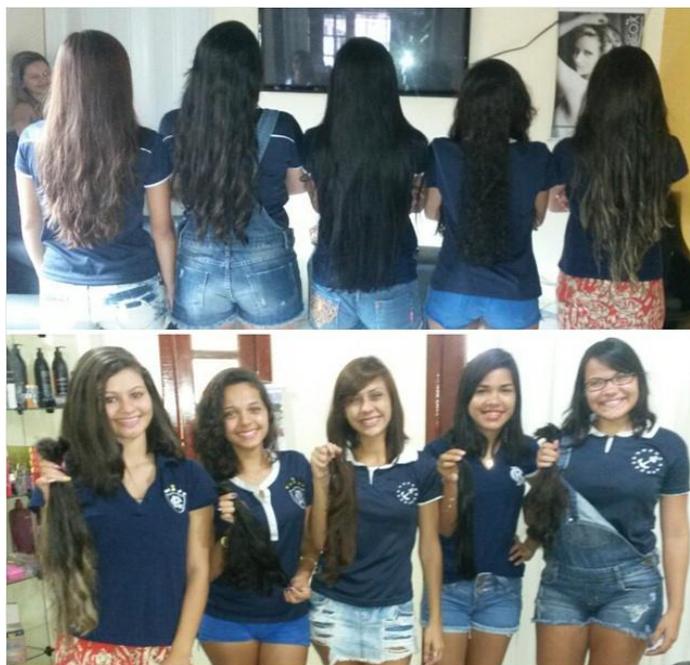
Acervo Camisa 33/ Recolhida em 03/07/2016. www.facebook.com/Camisa33

As torcedoras do Setor Feminino⁴⁴, da Camisa 33, fizeram uma campanha de doação de cabelos às vítimas de escalpelamento que é uma realidade recorrente entre a população ribeirinha da Amazônia. Trata-se de um acidente que ocorre em pequenas embarcações. Os

⁴⁴ Falarei posteriormente sobre o SF.

motores de barcos prendem e arrancam o couro cabeludo das mulheres. As ações de solidariedade desenvolvidas pelos remistas são exemplos dos laços sociais que unem indivíduos nas mais diferentes sociedades.

Figura 34 - Campanha da C33 de doação de cabelos para vítimas de escarpelamento



Acervo Camisa 33/ Recolhida em 29/10/2016: www.facebook.com/Camisa33

A pesquisa de campo me possibilitou observar, ainda, que os torcedores do Remo, em diversos momentos, estabelecem relações de solidariedade entre o grupo seja comprando um ingresso a mais para doar ou oferecendo a “carona amiga” para os que não possuem carro. A ideia é ajudar, no que for possível, objetivando lotar o estádio. As demonstrações de solidariedade me fizeram verificar a tipificação família. A ideia de que eles são uma grande família azul e, portanto, todos devem “jogar juntos”. Para os torcedores é justamente nas horas de dificuldades que os familiares precisam apoiar uns aos outros da mesma maneira os azulinos, unidos pelo amor ao Remo, precisam se ajudar. O relato da torcedora Andreza mostra essa tipificação:

No domingo à noite fiz uma postagem no grupo O Remo é meu, no Facebook, pedindo carona para mim e para a minha filha, Gabriella, para irmos ao jogo ontem. Quero agradecer ao Igor Gomide pela solidariedade em nos conduzir e pela oportunidade de ganhar mais um amigo que o Remo me deu. Ontem deu tudo certo: a carona, a liberação do trabalho mais cedo e a vitória. A nossa turma é toda de valor.
(Andreza Souza)

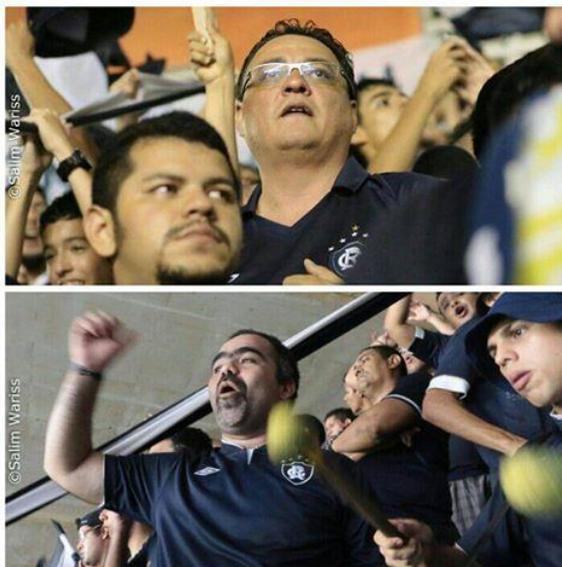
Figura 35 - Campanha Carona Amiga



Acervo ASCOM Remo. Recolhida em: 04/11/2017. www.clubedoremo.com.br

“Na arquibancada, não existe distinção entre cargos ou status, todos são torcedores”. O torcedor Wollney Souza fez esse relato sobre a participação do então presidente do Clube do Remo, André Cavalcante e o vice Fábio Bentes, ao assistirem ao jogo em meio à torcida Camisa 33. As tipificações analisadas nesse trabalho tomaram por base o futebol enquanto um instrumento, isto é, um meio que possibilita aos torcedores experimentarem uma quase igualdade social. Segundo torcedor Bruno Nascimento. A proximidade que possuíam com os dirigentes é algo importante: “eu, particularmente, sou amigo dos dois. O Bentes é desde antes de ele ser vice-presidente, inclusive. Eles se sentem bem com a torcida e estiveram lá com a gente. Assistiram ao jogo no nosso meio”.

Há quem discorde das opiniões acima e, para esses torcedores, a presença dos dirigentes na C33 foi uma atitude essencialmente política como defende Ricardo Maués, 31 anos: “Por que eles não foram ficar lá no meio da remista? Correr perigo no meio do povão? Vieram pra cá ficar perto da galera ‘leite com pera só para fazer média com a torcida. Isso foi uma atitude politqueira. Não funcionou”.

Figura 36 - Presidente do Clube do Remo e Vice

Acervo Salim Wariss / Cedido pelo autor para a pesquisa.

Os torcedores da Camisa 33 possuem um forte vínculo afetivo entre si e costumavam marcar eventos juntos ou se organizarem para ir ao “Seu menino” – bar do pai da torcedora Tayná Santos, 20 anos, estudante de pedagogia e conhecida como Tay. O local é ponto de encontro dos azulinos. Tay é integrante da C33 e namorada de Juan Reis, universitário, 25 anos, um dos conselheiros da Barra. Juan e Tay se conhecerem na C33 e dizem que o Remo os uniu. O relacionamento entre torcedores é uma prática recorrente entre os azulinos. Durante a pesquisa, listei mais de 15 casais que se conheceram na torcida e para esses o relacionamento foi graças ao Remo.

A expressão o “Remo me deu” foi utilizada recorrentemente pelos casais, entre eles: Fádía, 20 anos, estudante de arquitetura e namorada de Thalysson Fernandes, 26 anos, soldado na Força Área Brasileira. Sávio Reis, 30 anos, noivo de Maíra Cardoso, 28, ambos fazendo doutorado. Felipe Damasceno, universitário, tem união estável com a estudante de mestrado Kamilla. Mailson, 28, professor de Educação Física e noivo de Thayse, 23 anos, estudante de farmácia. Além dos casais, Murilo e Ianca, Caio e Jessica, Lázaro e Thayse, Igor e Jessica, André e Renata, Josi e Chico, Carol e Luan, Yana e Gabriel, Lorena e Allan, Pablo e Thainná. A Camisa 33 tem o posicionamento de proibir o relacionamento de seus integrantes com torcedores do time adversário. A justificativa é a de que isso evitaria possíveis conflitos.

3 TU VENS, TU VENS, EU JÁ ESCUTO TEU SINAIS

“Não importa aonde estejas quero estar contigo, porque Leão nós vamos voltar a tua torcida vai te levantar.” A música de autoria da Camisa 33 juntamente com os relatos dos meus interlocutores, ao longo dessa pesquisa, me possibilitaram perceber que a esperança e mesmo a crença que dias melhores virão e neles o Clube do Remo conseguirá retornar para aquela que seria a melhor fase da história azulina considerada, pelos torcedores, a década de ouro – os anos 90 motiva os remistas a não abandonarem o Leão e a continuarem apoiando o time em quaisquer circunstâncias e, portanto, gera coesão social.

Essa expectativa me possibilitou recordar e fazer analogias ao sebastianismo que é uma crença no regresso de Dom Sebastião - monarca português nascido em 1554 e que desapareceu na batalha de Alcácer Quibir⁴⁵, em 1578. A crença messiânica acredita que esse rei, como um novo messias, retornaria para fazer Portugal voltar ao seu tempo de glórias e conquistas. De igual maneira os torcedores azulinos acreditam e defendem que o Remo voltará ao lugar que, para eles, nunca deveria ter saído “ao lado dos grandes” e a torcida será a responsável em devolver o clube para elite do futebol brasileiro.

O componente mítico e messiânico do sebastianismo se aproxima do envolvimento que a torcida azulina estabelece com o time de futebol. O apoio ilimitado considerado pela crítica especializada, torcida, dirigentes e a mídia como determinante na história remista, principalmente, a partir de 2005 me possibilitaram compreender que para os azulinos eles serão os responsáveis em fazer o Clube se reerguer da crise. Sendo assim, apesar de vivenciarem anos de resultados desfavoráveis os torcedores acreditam que não podem “virar as costas” no momento que o Remo mais precisa deles, porém confessaram que em muitos instantes têm vontade de fazê-lo e quando isso os ocorre eles se agarram na crença que o pior já passou e falta pouco para o Remo voltar ao apogeu. É a opinião do torcedor Dhyemyson Amorim, 27 anos:

O Remo já esteve bem pior e nós não abandonamos o clube. Por que justamente agora que o Remo está onde a gente queria que era sair daquele inferno da série D nós vamos abandonar? As coisas não saíram bem no paraense, mas é daí? Bola pra frente, pelo Remo somos Leões⁴⁶.
(Dhyemyson Amorim).

⁴⁵ A batalha de Alcácer Quibir marca o fim da segunda dinastia portuguesa e o período do império português da Índia, além de ser um anúncio dos 60 anos em que Portugal foi governada por um monarca estrangeiro.

⁴⁶ Slogan utilizado na temporada 2016 pela diretoria azulina: Pelo Remo Somos Leões.

O torcedor Josué Rocha, 25 anos, militar relata que viu o Remo cair, em 2008, e que foram anos difíceis para os azulinos, mas que nunca pensou em abandonar o clube:

Lembro-me como se fosse hoje. Vi o Remo cair pra série D e desde, então, foram sete anos no fundo do poço, sete anos sendo motivo de zuação, sete anos de humilhação, mas foram sete anos do lado, sempre lá, apoiando meu Leão. Apesar das circunstâncias, dos problemas, das dificuldades, eu nunca desisti do Remo. Não importa se iremos nos classificar, ou não, eu sempre estarei com o Leão, porque para quem esperou sete anos pelo retorno um ano a menos ou mais não é nada e mesmo que passe cinco, dez ou vinte anos nessa série C eu nunca irei abandonar o clube. Enquanto estiver vivo vou apoiar e amar o Remo incondicionalmente. (**Josué Rocha**).

O messianismo também é perceptível por meio da canção *Rei da Amazônia entoada*. A letra aponta que os torcedores continuarão a apoiar o clube até vê-lo campeão.

O Que Aconteceu?

O que aconteceu? Estão todos sempre calados
 O que aconteceu? O jogo não foi terminado
 Vão passando os anos, jogadores e também presidentes
 Mas vocês não dão conta, que o problema é com tua gente
 Que não canta quando o time tá perdendo ôoooo
 Que não luta nem a merda do chiqueiro ooooo
 Todos tremem quando veem o meu remo
 Vocês não podem, o que eu consigo
 Canto ganhando, canto perdendo

A observação participante juntamente com a audição das canções e da análise das letras me possibilitou compreender o termo nativo de meus interlocutores como um componente do sebastianismo azulino: ideologia. Tal qual interpretam os integrantes da barra seria o apoio incondicional ao Clube do Remo durante os 90 minutos de jogo. Seria o elemento que une os torcedores e, portanto, gera coesão social e é utilizado como uma característica positiva e inerente a Camisa 33, além de ser algo determinante na concepção do que é ser torcedor para eles.

A ideologia da barra brava me possibilitou recordar a dimensão polissêmica do termo proposta por Ricouer (1977), o qual considera ideologia, a partir da superação do conceito marxista que é pautado no negativismo e, portanto, trabalha ideologia enquanto função inerente a uma classe dominante. O sentido negativo do termo é observado por Thompson:

Quando nós usamos o termo ideologia, hoje, ou quando nós o escutamos empregado por outros, não estamos totalmente seguros se ele está sendo usado descritiva ou prescritivamente, se ele está sendo usado simplesmente para descrever um estado de coisas (p. ex. um sistema de Ideias políticas) ou se ele está sendo usado também, e

talvez como sentido principal, para avaliar um estado de coisas. Essa ambiguidade é evidente no uso cotidiano do termo. Poucas pessoas, hoje, proclamar-se-iam orgulhosamente "ideólogos" (...). Ideologia é o pensamento do outro, o pensamento de alguém diferente de nós. Caracterizar um ponto de vista como ideológico e, tem-se a impressão, já critica-lo implicitamente, pois o conceito de ideologia parece transmitir um sentido negativo, crítico. (Thompson, 1990: p.15)

A C33 não considera ideologia como algo ruim e sim uma característica positiva e importante no que seria o ethos de uma torcida barra brava e, inclusive, norteadora das ações do grupo para além dos jogos de futebol:

A Camisa 33 representa, na minha vida, uma ideologia se fosse pra simplificar tudo em uma palavra seria essa. Acreditar e fazer a ideologia não só no jogo, mas no dia a dia, pôr em prática toda crença. O dito décimo segundo jogador faz toda a diferença, mas não pode se limitar a uma partida de futebol. Nós vivemos um clube e como torcedores devemos buscar sempre fazer a diferença para o melhor do nosso clube. Temos essa ideologia e responsabilidade. (**Mateus Prestes**)

A pesquisa de campo me possibilitou recordar, ainda, a discussão proposta por Ricoeur (1977) que considera no debate, acerca da ideologia, a necessidade de uma apropriação e de desapropriação de significados: “o fenômeno ideológico está ligado à necessidade, para um grupo social, de conferir-se uma imagem de si mesmo, de representar-se, no sentido teatral do termo, de representar e encenar”. (Ricoeur, 1977, p. 68). Para o autor, o conceito está dividido em três dimensões, entre elas, a ideologia enquanto forma de integração e no que tange essa perspectiva ela seria um elemento mobilizador. Algo perceptível no depoimento da torcedora Ingrid Souza, 23 anos, bacharel em direito que considera a ideologia da C33 fundamental na formação de torcedores-cidadãos:

Na C33 a gente aprende valores que escola alguma ensina. O primeiro de todos é a ideologia. Não somente a ideologia de seguir o Remo que com certeza é a mais importante dentro da torcida, mas ideologia de defender aquilo que a gente acredita mesmo, em todos os sentidos da vida. O de humildade pra saber reconhecer o próprio erro e o acerto de um companheiro. De responsabilidade pra cumprir alguns papéis na barra, amizade, respeito e lealdade entre os membros. Coisas que nos fazem crescer não só como torcedores, mas, principalmente, como cidadãos. Além de também ser um meio pra tentar lutar por diversas questões sociais, principalmente, a homofobia e o machismo, elementos ainda muito presentes no ambiente esportivo. (**Ingrid Souza**).

Ao questionar os conselheiros da Camisa 33 sobre o que significa Ideologia para a barra percebi que muito mais do que classifica-la a maior parte das respostas vinham na forma de exemplificações e histórias vivenciadas pelos torcedores:

No jogo Remo Sub-20 contra a seleção de Mocajuba, em 2009, o Leão perdia por três gols de diferença e nem a chuva nos calou. Não deixamos de

apoiar, pelo contrário, torcemos, cantamos mais forte e o time alcançou o empate. Fomos o estímulo e a potência para os jogadores se reerguerem. E ainda somos. Nós somos o doping! **(Depoimento, Conselho, Fan Page Camisa 33).**

Para o azulino Mateus Prestes, 23 anos, estudante de Engenharia Civil, conselheiro e coordenador da banda 33 a força da torcida é fundamental para o sucesso do time: “Em 2012 o time do Remo, de vôlei, era muito ruim e nós levamos uma lavada nos dois primeiros sets, mas viramos na raça e terminou o placar de três a dois para o leão. Foi sofrido e ali eu percebi que com a força da torcida nós podemos mudar o rumo de uma partida”.

Figura 37 - Faixa com o slogan da Camisa 33



Acervo Salim Wariss/ Cedido pelo autor para a pesquisa.

O pensamento é corroborado pelo remista Rafael Vilhena, o Rafa, 19 anos, que recordou o jogo entre Remo e Independente, no Baenão, e que para ele foi determinante para entender o que significava a ideologia para C33 e, inclusive, se tornar membro da torcida:

Durante o Campeonato Paraense de 2014 o Remo foi jogar contra o Independente, no Navegantão⁴⁷, e perdeu por um placar de 3x0 na primeira disputa. Quando chegou a Belém e teve o jogo no Baenão, com mais de 10 mil pessoas, o Remo precisava ganhar por quatro gols de diferença, para classificar, mas o primeiro tempo foi 0x0 e a torcida ficou muito preocupada até que o Remo fez um gol, no segundo tempo, e a torcida sorriu, empurrou, cantou, cantou, e o Remo fez o segundo. Todo mundo cantava e o Remo fez o terceiro, no quarto gol a torcida foi à loucura e no quinto gol foi à explosão. Com o placar de 5x0 o Remo se classificou para série D e foi quando eu entendi o nosso poder de torcedor e me tornei membro da 33. **(Rafael Vilhena)**

⁴⁷ O Estádio Municipal Antônio Dias conhecido, popularmente, como Navegantão é um estádio municipal localizado na cidade de Tucuruí e possui capacidade para mais de oito mil pessoas. O Independente Atlético Clube manda os seus jogos, no local, desde 2009.

Os depoimentos dos integrantes da Camisa 33 são representativos para discorrermos sobre uma das principais características das torcidas barras bravas: o fato de cantarem, ininterruptamente, até quando o time está perdendo e, inclusive, no momento em que sofrem um gol. Para o torcedor Bruno Nascimento, a principal ideologia de quem está na bancada é alentar, ou seja, empurrar o time de maneira incondicional: “a gente acredita que se cantar vai sair gol, porque nós somos o doping”. Ao ouvir o relato do Bruno questionei o porquê de usarem esse slogan e ele me respondeu:

A 33 utiliza o nós somos o doping, porque a nossa intenção é estimular os jogadores e, assim, aumentar o desempenho dos atletas da mesma maneira que o uso de substâncias proibidas faz. É uma espécie de doping emocional. **(Bruno Nascimento)**

A música “Somos a barra do Remo aquela que não para de apoiar. Te juro que nos piores momentos sempre vou te acompanhar” foi relatada, pelos torcedores, como representativa da ideologia da Camisa 33. Durante a pesquisa de campo, pude presenciar pequenas discussões entre a torcida e sempre pelo mesmo motivo: os integrantes da barra assistem aos jogos, em pé, os 90 minutos, inclusive, algo que chamou minha atenção foram às pessoas responsáveis por segurarem as tirantes - pedaços de tecido nas cores azul marinho e branco, cores do Remo, e vermelho e branco, em alusão a bandeira do Pará, elas assistem as partidas, em muitos momentos, de costas para o gramado algo, no mínimo, intrigante visto que quando se pensa em um torcedor, no estádio, acredita-se que ele está interessado no que acontece dentro de campo, nas quatro linhas, afinal aquele é o ponto alto para um time de futebol, a bola rolando, mas Prestes - coordenador da banda - me contou que nem sempre é assim.

As barras acreditam que precisam cumprir seu dever de apoiar o jogo inteiro. Por isso é necessário que a gente cumpra a nossa ideologia de fazer festa à partida toda. Na maioria das vezes nós não temos conforto para assistir e analisar a disputa, mas nosso objetivo ali é jogar junto. Somos o décimo segundo jogador e como tal precisamos vestir a camisa, nos esforçar e dar o nosso máximo. **(Matheus Prestes)**

Nas partidas que assisti, no entorno da C33, foi comum escutar, dos demais torcedores, a seguinte afirmação: “esses caras não se aquietam. Eles nem ligam para o jogo”. Cabe, aqui, uma observação enquanto as pessoas que sentavam fora do espaço da Camisa 33 expressavam admiração pelo empenho da torcida que sacrifica o ato de assistir a partida para fazer a festa no estádio os remistas que sentavam muito próximo, da barra, e que desejavam assistir ao jogo acabavam discutindo com algum integrante e, não raramente, irritados,

escolhiam trocar de lugar. Várias vezes eu presenciei solicitações pedindo para que baixassem as bandeiras, trapos e faixas e/ou pedidos para que sentassem por estarem atrapalhando a visão do gramado e sempre escutei, deles, a mesma resposta: “aqui é pra alentar. Quer assistir ao jogo mude de lugar”.

A afirmação irritava muitos remistas que batiam boca ou mudavam de lugar e, às vezes, faziam os dois sequencialmente, visto que não é possível sentar para assistir a partida ali, inclusive, nem durante os intervalos. Prestes me disse que às vezes prefere nem assistir aos jogos: “por opção, em muitos momentos, não gosto de ver. Sei que vou ficar nervoso e isso acabará interferindo no meu rendimento, no meu alento, e nós temos que alentar sempre independente da condição do jogo e essa sempre será a prioridade”.

Estar no meio da Camisa 33 significa, ainda, ter que suportar elevadas temperaturas e, por isso, muitos homens costumam tirar a camisa na tentativa de amenizar o calor. É necessário relatar que geralmente as torcidas bravas ficam atrás dos gols, mas a Camisa 33, no Mangueirão, fica na arquibancada central superior. O acesso é difícil para os vendedores ambulantes por ser o primeiro espaço do estádio que lota e poucos conseguem circular, entre a torcida, comercializando seus produtos. Isso significa dizer que se o torcedor escolhe ficar na C33 ele precisa estar ciente que há a possibilidade de só conseguir ingerir líquido antes, algumas vezes, no intervalo e, dependendo do jogo, só após partida.

Não há conforto nesse espaço e quando eu iniciei a pesquisa de campo demorou bastante para que eu me acostumassem ao ritmo do que é assistir aos jogos na barra. A cada término de partida era como se um trator passasse por mim. Chuva, sol, cantar por quase uma hora, pular o tempo inteiro, quase não ingerir líquido era uma combinação difícil para alguém que é um tanto sedentária. Chegava em casa suja, com os pés machucados e me questionava se eu era a única a sentir aquilo. Diversas vezes eu acordava, no outro dia, sem voz e bastante dolorida como se tivesse ido à academia.

Confesso que eu não conseguia simpatizar com todas essas sensações, mas ao longo da pesquisa percebi que quando eu não alentava, com eles, sentia certo estranhamento. Era como se o jogo não tivesse a mesma graça, a mesma emoção. A excitação coletiva que nos fala Elias (1992), para torcer pelo Remo, eu só conseguia sentir estando na C33.

A excitação da Camisa 33 me contagiava como que por osmose⁴⁸, vê-los cantando, pulando, abraçando a pessoa ao lado me possibilitou desconstruir o que, até então, significava,

⁴⁸ Osmose é o processo de movimentação da água entre diversos tipos de concentração de substâncias que podem ser dissolvidas. O termo é usado, de forma coloquial, para expressar a ausência de esforço físico ou gasto de energia.

para mim, assistir futebol no estádio. A externalização do amor que sentem por um clube de futebol é algo que para muitos se assemelha a loucura, a anormalidade, a irracionalidade. Portanto, seria feio para um adulto se expor daquele jeito, mas para meus interlocutores vale a pena. Vale tudo pelo Remo: chorar, rir, fazer promessa, pedir intervenção do sagrado, descer a rampa do estádio de joelhos e isso me fez lembrar o que nos fala Elias (1992) sobre a necessidade de controle das emoções:

Ver homens e mulheres adultos agitar-se em lágrimas e abandonarem as suas amargas tristezas em público, ou entrarem em pânico dominados por um medo selvagem, ou a baterem-se uns aos outros de forma selvagem debaixo do impacto da sua excitação violenta, deixou de ser encarado como normal. Habitualmente e motivo de embargo para quem assiste e, com frequência, motivo de vergonha ou arrependimento para aqueles que se permitiram ser dominados pela excitação. Para serem considerados normais, espera-se que os adultos vivendo nas nossas sociedades controlem, a tempo, a sua excitação. Em geral, aprenderam a não se expor demasiado. Com grande frequência já não são capazes de revelar mesmo nada de si próprios. O controle que exercem sobre si tornou-se, de certo modo, automático. O controle — em parte — já não se encontra sob o seu domínio. Tornou-se um aspecto da estrutura profunda da sua personalidade. (Norbert, 1992: p.103).

A disposição dos integrantes da banda 33 foi algo que me impressionou, durante a pesquisa, visto que eles carregavam instrumentos pesados e tocavam durante toda a partida. Por exemplo, durante a música “Sou azulino um sentimento me faz amar” existe uma performance na torcida, em dado momento, eles iniciam uma coreografia e gritam, em jogral⁴⁹: abaixa! É o momento que toda a barra fica agachada é bem verdade que nem sempre se consegue devido estar lotado, mas eles permanecem em uma posição desconfortável, por alguns segundos, até que haja o que eles chamam de explosão – levantam alentando, pulando, gritando o mais alto que conseguem, empurrando as mãos para o alto e cantando o trecho olê, olê, olê.

⁴⁹ Jogral é semelhante a um coral só que ao invés de cânticos ele é falado e respeita uma ordem o que confere musicalidade e ritmo.

Figura 38 - Torcedora alentando

Acervo Salim Wariss/ Cedido pelo autor para a pesquisa.

Ao todo, 16 músicos são responsáveis por puxar a barra sendo 14 homens e duas mulheres. Para os que tocam percussão existe uma escala e eles se revezam, mas os demais atuam em todas as partidas. É o caso de Patrick Andrade, 22 anos, conhecido como Gregg. O jovem toca trompete e me contou que participa da C33 desde a segunda reunião do grupo quando tinha, apenas, 15 anos. Por ser, na época, menor de idade ele se afastou dos estádios e retornou em 2015 e desde então toca em todos os jogos do Remo. Ele me contou que 99% das vezes os instrumentos de sopro iniciam as músicas e disse: “é preciso ter muito fôlego e resistência para aguentar, porque a banda representa o coração da torcida e como o ritmo não para perdemos algumas partes do jogo”.

Figura 39 - Torcedor Gregg tocando trompete



Acervo Salim Wariss/ Cedido pelo autor para a pesquisa.

O torcedor relatou, ainda, que costumar consumir bebida alcóolica antes de começar o jogo e durante a partida ingere água ou algo gelado para aliviar os lábios e disse que não há cuidados especiais, mas quando os músculos faciais cansam ele sabe que é hora de parar e esperar aliviar. Quando questionei se ele não ficava cansado obtive a seguinte resposta:

Tocar na barra é, para mim, uma grande realização pessoal, porque eu consigo aliar minhas duas paixões que é a música e o futebol e eu espero ver, ainda, muitos títulos do Remo e fazer muitas músicas até as vitórias.
(Patrick Andrade)

A padronização dos instrumentos é uma preocupação da torcida. Para eles é importante valorizar o regionalismo, por exemplo, nas artes das murgas⁵⁰ que foram produzidas por Adenirson Olivie: “a cultura paraense corre em nossas veias, desde o nascimento, somos contemplados por essa cultura magnífica e singular, que temos em nosso estado. Terra de beleza morena e, por isso, trazemos em nossos instrumentos o coração da cidade com todos seus contornos marajoaras e o orgulho no peito, de ser paraense, cabano⁵¹ e remista.”

⁵⁰ Instrumento usado em bandas, charangas e torcidas. É característico das barras bravas.

⁵¹ O termo cabano é uma referência ao movimento popular da Cabanagem ocorrido, no Pará, durante o período regencial influenciado pela Revolução Francesa. O movimento recebeu esse nome em alusão ao tipo de habitação da maior parte dos integrantes, os ribeirinhos. Os quais habitavam espécie de cabanas construídas nas beiras dos rios.

Figura 40 - Padronização dos instrumentos da banda da Camisa 33



Acervo Jéssica Braga/ Cedido pela autora para a pesquisa.

Ao longo da pesquisa observei, ainda, que para saber se o fenômeno azul iria comparecer, ao estádio, bastava olhar para Camisa 33. Ela era o meu termômetro. Explico. Bastava observar a movimentação, duas horas antes do jogo, se ali estivesse pouca gente o Mangueirão ficaria vazio, mas se estivesse cheio era certo que iria lotar. Para ficar na C33 é necessário subir com antecedência.

Para gravar o que via e ouvia, durante as partidas, a fim de escrever, posteriormente, o meu diário de campo utilizei o telefone celular, mas durante o alento não é aconselhado que os integrantes e/ou simpatizantes utilizem o aparelho seja para estar nas redes sociais ou mesmo fotografando. A mim era permitido, porque, segundo eles, eu estava pesquisando. Os demais, não. Para o torcedor Maykon Castro, 27 anos: “é menos fotos e mais alento”. Opinião essa que é defendida pelo conselho da 33 em sua fan page, no facebook.

Vivemos na era da informação, estamos sempre conectados e querendo compartilhar cada momento. Se precisar, use seu celular antes ou depois da bolar rolar. Durante o jogo o foco total é o Remo. Vamos procurar deixar o celular no bolso e cantar sempre mais, empurrando o leão para a vitória. **(Depoimento, Conselho, Fan Page Camisa 33).**

Por várias vezes presenciei reclamações quando alguém ficava muito tempo no celular, durante as partidas, e rapidamente essa pessoa era chamada atenção por um integrante.

Figura 41 - Campanha contra o uso de celular na bancada



Acervo Camisa 33/ Recolhida em 09/01/2017: www.facebook.com/Camisa33

A pesquisa me possibilitou perceber, ainda, que para muitos dos meus interlocutores a escolha por um clube se assemelha a um sentimento religioso visto que eles estão envolvidos numa forma de partilha social relativamente mística e seguem comprometidos em dar suporte, incondicional, ao time.

Ser Remista é como se fosse uma religião. Onde temos como nosso templo o estádio e fazemos de nossos cultos os jogos. Enfim, ser Remista é algo que não há teoria para descrever tal sentimento. Ave, Clube do Remo filho da glória e do triunfo. **(Raylson Cleiton)**

Durante os jogos de acesso à Série D, Raimundo Mendes dos Santos, o Mudinho, que era auxiliar de campo teve uma parada cardiorrespiratória e veio falecer. Mudinho tinha 49 anos, sendo 34 deles como funcionário do Leão, e era conhecido pelos laços de afeto que possuía com jogadores, comissão técnica e torcedores. A notícia de seu falecimento impactou os remistas os quais passaram a falar que o acesso viria e seria em homenagem ao Mudinho o qual estaria, no céu, olhando pelo Leão:

O Mudinho soprou a bola do pênalti na trave. **(Henrique Cardoso)**.

O céu está em festa é para você, Mudinho. Subimos! **(Evan Helmiton)**

Quando ele faleceu jogadores falaram que o acesso seria para ele. Fomos guerreiros, todos nós, torcedores e jogadores que acreditaram até o final. E agora temos o orgulho de levantar as mãos para o céu e dizer: o acesso é para você, Mudinho. Obrigada! **(Matheus Caldas)**

O esporte carrega, em sua essência, a emoção e, por isso, constitui um campo privilegiado de acesso ao estudo da realidade social. É o que constato, por exemplo, no instante em que torcedores permitem-se dar vazão às suas emoções ao lado de alguém que nunca haviam visto antes e, talvez, nunca mais verão e, mesmo assim, durante o gol, se sentiam à vontade para abraçar, gritar, chorar, empurrar o time, fazer o movimento de *ola*⁵² nas arquibancadas e se alegrar com o espetáculo que eles promoviam no estádio. A carga emotiva que envolve o futebol faz com que jogadores se sintam unidos a torcedores e existam, diante do outro, através dessas interações sociais.

Ser remista não é só futebol. É um amor que vai além de uma bola em campo e que faz os nossos corações baterem como um só. O amor pelo Remo é sair na segunda feira, à noite, para o Manguirão assistir aquela porcária de jogo e prometer que não pisa mais em jogos do Remo, mas quando chega na terça da outra semana já fica doido para chegar sábado e ir ao jogo de novo. Não tem jeito. **(Patrick Gomes)**

A observação do jornalista esportivo Gustavo Pêna, 28 anos, sobre a hora do gol é um indicativo do processo de estar-junto conceituado por Maffesoli (1995).

Quando vou ao estádio e fico na arquibancada gosto de observar o comportamento do torcedor. O momento mais surreal é o do gol. Aquela bola na rede causa uma explosão de sentimentos, a reconciliação do casal brigado, o abraço de quem está ao lado e, muitas das vezes, você nem conhece, as mãos levantadas ao céu, em agradecimento. Na hora do gol, eu geralmente faço o inverso de todo mundo. Em meio à euforia, sento e fico observando as pessoas, a comemoração, o brilho nos olhos. Aquela felicidade instantânea e verdadeira invariavelmente me faz chorar. É uma coisa meio doida ver a torcida comemorar o gol. **(Gustavo Pêna)**

De acordo com Maffesoli (1995), a noção de estar-junto busca, “[...] no quadro reduzido das tribos, encontrar o outro e partilhar com ele algumas emoções e sentimentos comuns. No balanço cíclico dos valores sociais, assiste-se ao retorno do ideal comunitário, em detrimento do ideal societário” (Maffesoli, p. 54). É estar, por exemplo, em um mesmo espaço, a bancada, unido por um ideal: apoiar o time.

Durante meu *entrée* cultural foi comum ouvir a torcida, pedindo aos jogadores, que respeitassem as cores do Remo para eles era necessário que houvesse comprometimento, por parte dos atletas, e caso isso não ocorresse à pessoa não merecia jogar no Leão. Para o torcedor Helber Ferreira, 30 anos, pós-graduado é necessário que o desportista seja um guerreiro em campo: “o jogador tem que ter sangue nos olhos, vibração, botar pressão no

⁵² A *ola* é uma coreografia realizada, geralmente, por torcedores durante um evento esportivo que consiste que os participantes levantam-se e erguem os braços em fileiras sucessivas em perpendicular ao centro do campo, criando o efeito visual de uma onda.

árbitro por causa da cera⁵³, gritar com os companheiros pra não desistirem em nenhum momento, porque cada jogo pro Remo é como se fosse uma final e isso precisa ser respeitado, à camisa precisa ser honrada. Joguem pelo azul marinho”.

Figura 42 - Trapo feito pela C33



Acervo Salim Wariss/ Cedido pelo autor para a pesquisa.

O trecho Honra essa camisa é, também, representativo para a barra do Remo ao ponto de ter sido pintado, em trapos e bandeirolas, e erguido, pelos torcedores, durante uma das partidas decisivas para o acesso, as quartas de final da série D. Nesse dia eu assistia ao primeiro tempo do jogo, na Camisa 33, que se concentra no lado superior, centro do Mangueirão, chovia muito e alguém do setor feminino me convidou “para ir ali”, não sabia ao certo do que se tratava, mas as minhas amigas toparam na hora. Então eu olhei para o campo, olhei para o relógio, vi que faltavam poucos minutos para encerrar a partida, aceitei.

Subimos algo em torno de 10 degraus sendo o último deles o que deu acesso ao chamado, pelos torcedores, anel do estádio e que tem, em alguns pontos, uma altura superior a um metro. Fomos subindo, umas com a ajuda das outras, devagar, afinal era relativamente alto. Ao chegar ao local, estávamos ofegantes, já que nenhuma de nós é atleta, o estádio estava lotado e aquele esforço, debaixo de chuva - o toró como são chamadas as chuvas torrenciais, em Belém, nos deixou exaustas e, naquele momento, eu já me questionava se havia feito uma boa escolha ao sair do meu lugar, inclusive, informo que eu jamais

⁵³ A expressão fazer cera significa que o atleta está enrolando para passar o tempo e é muito usada no futebol, principalmente, quando o time já alcançou o seu objetivo, dentro de campo, e quer assegurar o resultado antes do apito final.

conseguiria voltar para o mesmo espaço, uma vez que quando o estádio lota o primeiro local que enche é o entorno da C33 e aceitar aquele convite representava assistir a partida em um espaço, talvez, muito ruim, mas ignorei esses fatos e fui.

Lá já estavam outras pessoas, a maioria, mulheres, mas havia três homens e ao encontrarem-se cumprimentaram com abraços calorosos de quem parece não se ver durante uma década. Nesse momento, notei a existência de vários rolos de tecidos no chão. Questionei o que era aquilo e a torcedora Ingrid Cardoso, 23 anos, bacharel em direito e que eu conheci, anteriormente, durante o primeiro churrasco do Setor Feminino (SF) ⁵⁴ foi quem me respondeu. Eram trapos com a mensagem “Honra essa camisa, 1905” – que é o ano de fundação do Remo – “joguem pelo azul marinho”. Segundo ela o objetivo era estimular os jogadores e me entregou uma faixa. Foi, assim, que eu fiquei responsável pela letra R que formava a palavra honra.

Fomos, rapidamente, nos organizando e alguém disse: “tem quer descer na ordem, porque daqui a pouco acaba o intervalo” o objetivo era formar a frase no centro da arquibancada de maneira que após organizar todos os participantes era necessário, ainda, descer muitos degraus, no meio da torcida, na chuva e até o centro da arquibancada, tudo isso, no curto intervalo da partida. Cada um pegou o seu trapo, foi descendo e como a chuva não cessava nos deixou, ainda mais, ensopados e os trapos pesados. O vento forte e os panos molhados eram uma combinação que não tornavam a nossa vida fácil, mas os torcedores diziam que valia tudo pelo Remo.

Ao entrarmos, na bancada, despertamos a curiosidade dos demais remistas e as pessoas sorriam e aplaudiam antes mesmo de saberem do que se tratava. Até aquele momento, somente, o conselho da C33 que organizou a ação e os participantes sabiam. Todos, a postos? Antes que pudéssemos responder que sim alguém gritou, em formato de jogral⁵⁵, levanta o trapo e na mesma hora escutei a banda 33 puxar a música Honra essa Camisa. As pessoas viraram para saber do que se tratava e aplaudiam, conforme faziam a leitura, e enquanto carregávamos as faixas escutei alguém gritar: “a frase tá correta? O EI⁵⁶ vai gostar de filmar isso”.

⁵⁴ Falarei, posteriormente, sobre o grupo.

⁵⁵ Jogral é um modo de declamação de poemas ou canções por um coro, alternando entre o canto e a fala. Atualmente, os jograis são utilizados por grupos que falam em conjunto, de modo harmonioso, para passar uma mensagem em locais com muitas pessoas e fazer com que todos escutem a informação.

⁵⁶ O Esporte Interativo é uma empresa de programação brasileira dedicada à produção de conteúdo esportivo em várias plataformas. Além de ser o grupo de mídia com um dos maiores portais esportivos do Brasil, o www.esporteinterativo.com.br. No mês de junho de 2015 o EI se destacou, segundo o Socialbakers, que é uma

Figura 43 - Barra Brava Camisa 33 com o trapo Honra Essa Camisa



Acervo Victor Winchester/ Cedido pelo autor para a pesquisa.

Durante pouco mais de cinco minutos sustentamos os trapos o que, para mim, pareciam horas, já que estavam pesados, e eu, sequer, conseguia tirar o meu cabelo do rosto e nesse tempo muita gente fotografou, cantou junto, vibrou, elogiou o visual e recebeu o time, de volta ao gramado, com mais gás. O Remo venceu o jogo e conseguiu a vitória que foi determinante para a conquista do acesso. Ao chegar em minha casa assisti a transmissão do Esporte Interativo, na internet, e vi os elogios feitos ao Fenômeno Azul, durante a partida, em especial, o intervalo e então percebi que o objetivo da ação havia se cumprido, o efeito visual, levantar a torcida e estimular os jogadores.

Conto este relato para dizer que foi através da minha vivência na arquibancada na companhia de tios, primos e amigos, mesmo contra a vontade do meu pai, que achava uma perda de tempo e de dinheiro continuar indo ao estádio para o ver o Remo jogar mal que cresci observando, ao longo desse tempo, que o amor dos torcedores cresceu nas adversidades e que se por um lado alguns deixaram de apoiá-lo algo intrigante aconteceu, contrariando a lógica do futebol, que é pautada em resultados positivos e despertou meu interesse para esta pesquisa: o fenômeno azul⁵⁷ exibiu um número de torcedores maior que muitos clubes da chamada elite do futebol mesmo diante de consecutivos resultados negativos durante os sete anos de insucessos.

plataforma internacional de medição de engajamento em redes sociais devido ao maior número de interações dentre todas as outras páginas de esportes do mundo com 60 milhões de interações. Através da pesquisa de campo foi possível verificar a construção de laços afetivos entre torcedores motivados, a partir das redes sociais do EI, e de uma cobertura assentada na emoção desde a Copa Verde de 2015 em que o Clube do Remo chegou a final, mas perdeu para o Cuiabá por 5x1.

⁵⁷ Fenômeno azul foi o apelido dado à torcida remista, em 2005, ano que o clube conquistou o título da série C do Campeonato Brasileiro e que foi marcado pelo grande comparecimento de torcedores durante os jogos.

O apoio incondicional ao Remo pode ser interpretado por meio da fala do torcedor André Leão, 30 anos, o qual acredita que foi nas dificuldades que o sentimento pelo time do coração aumentou: “torcer pelo Leão é ver seu clube a beira do abismo e, mesmo assim, nunca deixar de apoiá-lo, pelo contrário, ao invés de diminuir o amor só aumenta”.

Em 2015 os remistas colocaram o time entre os 15 clubes com maior média de público de todos os brasileiros e apresentaram 45,2% da renda bruta da Série D. Em 2016 o Remo liderou o ranking de melhor média de público entre os clubes paraenses e esteve na 12ª colocação entre as 128 equipes das quatro divisões do Campeonato Brasileiro. Os remistas têm um desempenho de pagantes maior que vários times da série A, como Santos, Fluminense, Ponte Preta, Botafogo e Vasco.

A justificativa para esse comportamento afetuoso da torcida eu obtive durante a pesquisa de campo. Percebi que ir aos jogos significava, para os azulinos, mais do que assistir a partida de futebol. Simbolizava reencontrar os amigos, familiares, conhecidos, a Nação Azul como eles se auto intitulam coletivamente. Fato corroborado no depoimento do estudante de jornalismo Daniel Chagas, 21 anos, que considera o elenco do Remo, em 2017, muito ruim. Para o torcedor a gestão está desorganizada, as contratações não foram inteligentes, a situação é crítica, mas ao questioná-lo se ele iria comparecer ao primeiro jogo do Campeonato Paraense 2017 a resposta imediata foi:

Sim, estarei lá. Não tenho grandes expectativas para esse ano. O Remo conseguiu perder para o Castanhal em jogo amistoso e ainda ameaçou sair de campo. Sinceramente? Se permanecermos na série C já me darei por satisfeito o que não pode acontecer é o time cair. Sei que os jogos serão ruins, mas ir ao jogo do Remo é a única chance que eu tenho de reencontrar o meu pai e de conseguir fazer um programa a sós com ele. É a chance de reencontrar meus amigos. É mais do que futebol ir ao estádio. **(Daniel Chagas)**

A torcida espera o retorno do time, em campo, como quem aguarda um grande acontecimento são meses de ansiedade, organizando a logística, marcando os pré-aquecimentos e fazendo a contagem regressiva. Inclusive, na véspera dos jogos, o principal grupo de torcedores remistas que reúne mais de 16 mil pessoas – O Remo é Meu – no Facebook, recebeu várias publicações dizendo que os azulinos não conseguiam dormir, sentiam dor na barriga e que estavam apreensivos para que amanhecesse e pudessem ir ao estádio. É o exemplo da publicação da torcedora Dedeza CR:

Salve, salve Nação Azulina. Dia 29 de janeiro chegou! É dia de rever nosso Leão. De matar essa saudade que estava nos matando. Hoje começa mais uma jornada, meu Remo, e a tua torcida estará sempre contigo. Vamos lotar o Colosso Fenômeno Azul. Todos convocados **(Dedeza CR)**.

O mesmo comportamento foi verificado nos grupos de Whatsapp da barra como o G6, o qual possui 60 participantes e o grupo do Setor feminino, com 70 azulinas, além de outros grupos que participo. Percebi a mesma movimentação durante as madrugadas que antecederam aos jogos do Clube, por exemplo, o Remistas do Litoral com 30 membros e todos moradores de Icoaraci – distrito de Belém, o Fenômeno Azul composto por 40 pessoas que residem, principalmente, nos bairros do Jurunas, Cremação e Guamá tiveram o mesmo comportamento.

No dia 29 de janeiro de 2017, dia da estreia, vários remistas relataram o que eles chamam de insônia pré-jogo. Foi o caso do torcedor Jacques Menezes, universitário e sócio da C33: “égua, estou muito ansioso eu bebi quase a madrugada toda e ainda acordei cedo. Acho que vou cantar os 100 minutos de jogo (risos)”. O torcedor Léo Carvalho também membro da barra disse que teve insônia e só conseguiu dormir durante uma hora. Para o torcedor Renan Santos os dramas de 2017 começavam nesse dia e escreveu: “que comece o parazão!”.

A expressão utilizada por Renan é uma alusão à frase inicial do filme *Jogos Mortais*⁵⁸: “que comecem os jogos” e, no longa-metragem, é usada sempre que as vítimas acordam, estão presas e precisam jogar para continuarem vivas. A sentença utilizada pelo torcedor me possibilitou fazer analogias às dificuldades, os resultados desfavoráveis e a crise que o clube vem enfrentando como sendo obstáculos a serem superados para que se consiga o objetivo que é o título do campeonato.

O grupo Remo News 1905 que possui 112 membros, os quais fazem parte de várias torcidas organizadas do clube e, também, torcedores intitulados como “comuns” - pessoas que não são sócias de TO's são outro exemplo dessa ansiedade pré-jogo. O grupo foi criado com o objetivo de falar sobre o Remo e de assuntos que envolvessem o clube, mas os integrantes se unem para além do futebol e encontram-se, também, para ir a shows, pagodes, organizam churrascos, “peladas” e viagens. Para o primeiro jogo do Parazão eles começaram a organizar a aquisição de uma tenda⁵⁹ 45 dias antes da estreia do time, na cor azul marinho, e uma faixa com o nome do grupo. O objetivo era promover o aquecimento marcado nas proximidades da Ameixeira – a árvore é um dos principais pontos de encontro dos remistas e fica localizada em frente ao portão B1, no Mangueirão. A coleta entre os torcedores foi no valor de R\$ 10 reais para a aquisição da barraca, uma caixa de cerveja que deveria ser levada no dia do jogo e R\$ 2 reais para o gelo.

⁵⁸ *Jogos Mortais* é um longa-metragem de suspense dirigido por James Wan. O filme estadunidense foi produzido em 2004.

⁵⁹ Barraca de lona ou de outro tecido impermeável amarrado a uma armação de tubos e/ou cordas amarradas em estacas e fixadas no solo.

Figura 44 - Tenda Remo News 1905

Acervo Grupo O Remo é meu / Cedido para a pesquisa

A ideia era reencontrar os amigos, confraternizar e “entrar chapado para empurrar o Remo”, já que é proibida, oficialmente, a venda de bebidas alcóolicas no estádio, mas basta ficar 10 minutos na arquibancada e você verá os ambulantes comercializando Drafts em meio as águas e refrigerantes. Por ser uma prática ilegal a cerveja é vendida muito acima do preço de mercado o que reduz o público consumidor e muitos preferem beber antes de subir a rampa.

O Remo News também é caracterizado pelo forte envolvimento afetivo dos seus membros. Os laços fortes que nos fala Granovetter (1973) se aplica aqui, já que o grupo reúne familiares, casais e amigos de longa data como é o caso da família de Mailson Nascimento, administrador do grupo, o qual possui tios, primos, a noiva e o pai integrando o Remo News. Os torcedores contribuem financeiramente, também, com as campanhas que o Remo organiza por meio de doações. Mailson Nascimento é, também, membro da C33 e criou o grupo com Silvio Nascimento, 37 anos, contador.

Os remistas costumam integrar muitos grupos que tenham como tema o clube e isso não demanda que participem, oficialmente, de uma torcida organizada ou da barra brava. Ao identificar essa informação recordei-me o significado subjetivo do pertencimento a grupos que nos fala Schutz (2012), especificamente, ao que tange aos grupos voluntários.

Para o autor o significado que um grupo possui para seus membros individuais é o de que “estão em casa” e isso ocorre através do sistema de tipificações e relevâncias que os

possibilita compartilhar papéis e posições sociais: “o sistema de tipificações e relevâncias não são experienciados pelo indivíduo como algo pronto e acabado; ele deve ser construído pelos membros e, sendo assim, envolve um processo de evolução dinâmica. Apenas alguns dos elementos da situação são comuns; outros precisam ser criados mediante uma definição comum da situação recíproca” (Schutz, p.95, 2012)

3.1 Camisa 33 x Alma Celeste

O dia em que fui assistir ao Re-Pa pelas quartas de final da Copa Verde não seria nada incomum, já que durante os 18 meses em que desenvolvi essa pesquisa estive em vários clássicos, mas o fato de ter assistido a partida do lado B, no Mangueirão, que corresponde ao local em que a torcida do Paysandu ocupa foi um divisor de águas para construção dessa etnografia. Pela primeira vez, em meus 29 anos de idade, estive no lado do time rival e isso possibilitou verificar diferenças e similaridades entre azulinos e bicolores.

A escolha em participar desse Re-Pa, do outro lado, teve o objetivo de possibilitar a vivência, a interação e a observação participante objetivando desenvolver, para essa pesquisa, a Razão Sensível que nos fala Maffesoli (2010). Para isso, se fez necessário um processo de “estranhamento” do familiar. Um distanciamento da realidade a qual estava acostumada evitando, assim, interpretações trazidas de um olhar preconceituoso.

Velho (1978, p. 12) diz que “o processo de estranhar o familiar torna-se possível quando somos capazes de confrontar intelectualmente, e mesmo emocionalmente, diferentes versões e interpretações existentes a respeito de fatos, situações”. E foi objetivando fazer o enfrentamento entre emoção e razão que decidi assistir ao clássico na Banda Alma Celeste – a barra brava do Paysandu. Mesmo sabendo do quão arriscado poderia ser essa decisão.

O medo de possíveis reações emocionais da torcedora, Aline, quase me fez desistir. O processo de preparação, pré-clássico, não foi fácil. Tive insônia, ansiedade, medo, além de muitas dúvidas e questionamentos como: se sair gol do Remo, eu vou conseguir não comemorar? E quando o meu time sofrer um gol? E se alguém me reconhecer como remista? E se reclamarem que não estou alentando? E se eu for filmada?

Aos poucos amigos e familiares que comentei sobre a minha decisão todos, de maneira unânime, tentaram me fazer desistir alegando preocupação com o meu bem-estar ou dizendo que eu iria “me contaminar”. A me ver decidida meu cunhado Thiago Lima, 32 anos, bicolor decidiu acompanhar juntamente com seu amigo. Na cabeça deles eu estaria mais segura com dois homens ao lado.

No dia do jogo, decidimos ir de transporte público. Thiago e o amigo estavam com a camisa do Paysandu e eu de roupa neutra. Os dois insistiram para que entrássemos do Lado A, porque era mais próximo de onde estávamos ignorando o que eu dizia sobre um possível conflito de estarmos ali. Eu era minoria e fui voto vencido. Entramos pelo lado A, mas só chegamos até metade do caminho. Torcedores remistas começaram a nos xingar e vir para cima objetivando a agressão e nessa hora eu só conseguia pensar: era só o que me faltava apanhar de remista sendo uma torcedora ou, ainda, será que tem alguém conhecido para nos salvar? Para nossa sorte a cavalaria da Polícia Militar apareceu e nos retirou dali. Entramos, então, pelo lado B. Os dois foram reclamando e chamando os remistas de vândalos e selvagens e disseram que do lado bicolor não era assim. Eu apenas resmunguei que existem espaços para cada torcida e eles precisam ser respeitados.

Para piorar, se é que é possível, a imagem ruim dos azulinos para os dois logo após chegarmos ao lado B enxergamos um senhor, que deveria ter uns 60 anos de idade, todo vestido de Remo - short, boné, blusa e sandália com o escudo do Leão e ele passou, sozinho, pelo lado bicolor e ninguém disse absolutamente nada. Era como se aquele senhor nem estivesse estado ali. Na mesma hora, eles apontaram e disseram: está vendo? Somos superiores. Eu apenas calei e continuei observando a torcida, afinal tudo ali era novo para mim ao ponto de nem parecer o mesmo estádio que eu já tinha comparecido tantas vezes.

Segundo Velho (1978, p. 7):

Posso estar acostumado, como já disse, com uma certa paisagem social onde a disposição dos atores me é familiar, a hierarquia e a distribuição de poder permitem-me fixar, *grosso modo*, os indivíduos em categorias mais amplas. No entanto, isto não significa que eu compreenda a lógica de suas relações. O meu conhecimento pode estar seriamente comprometido pela rotina, hábitos, estereótipos.

Esse estranhamento ao me deparar com o outro, com uma torcida diferente do qual eu estava habituada a frequentar me auxiliou a compreender o que a minha identificação e o sentimento com a torcida do Remo me impediam de verificar: a paixão do torcedor bicolor.

Segundo Miller (2010, p. 50), o objetivo da Antropologia, através da análise comparativa, é reconhecer que aceitamos sem questionar nossos próprios modos de fazer as coisas, e que somente avaliando como os outros povos têm experiências e expectativas inteiramente diferentes das nossas é que podemos questionar nossas próprias experiências e expectativas.

Durante assistir ao jogo na barra brava bicolor, a Banda Alma Celeste, percebi a importância da torcida para o Paysandu como opinou o torcedor Jorge Miranda, 32 anos, doutorando:

A BAC dá uma nova cara às torcidas organizadas, mesmo ela não se rotulando como tal. Já que a ideia que se tem das organizadas é de que são aquelas que têm cantos incitando a violência de tom pejorativo e rivalidade extremada chegando à violência física. A BAC rompe com isso, os cantos são de incentivo ao time, a todo o momento, mesmo quando do está perdendo, há uma segurança em ficar próximo dela já que sabemos que dificilmente ocorrerão atitudes violentas. (Jorge Oscar Miranda)

A mesma opinião é corroborada pelo torcedor Enderson Oliveira, 28 anos, mestre em comunicação, para o qual a BAC é fundamental para os bicolores:

A BAC é para mim fundamental, tanto que ainda cogito que seja o tema do meu doutorado ou algum outro trabalho. Desde que fui à primeira vez pro lado deles não fui mais pra outro lado. Mesmo assim, eles ainda dividem opiniões, porque ao mesmo tempo que é um estilo que gosto E muita gente gosta, porque não ficam xingando o rival, falando do Remo, apoiam o tempo todo, parte da torcida comum não gosta justamente por isso tudo (risos) porque querem algo mais agressivo, que esculhambe o time quando não tá bem, que faça protesto, que xingue todo mundo etc, mas é curioso como lá é muito mais animado e tranquilo, tu vê criança, idoso, mulher etc. (**Enderson Oliveira**)

Assim como a Camisa 33 a BAC não é consenso entre a torcida do Paysandu. Para o bicolor Jorge Luiz Bastos Jr os torcedores são: um bando de moleque de prédio. Igual à do Chaco. Cantam um monte de bosta. Cobrar que é bom, nada.

É preciso dizer, ainda, que a minha participação na BAC possibilitou verificar que a integração entre os torcedores é maior do que entre as organizadas azulinas. Uma imagem que despertou minha atenção foi à entrada da Banda Alma Celeste no estádio. A BAC entra puxando a canção “você sorriu quando eu cai e vai chorar quando eu voltar. O Paysandu tem muita história e tem torcida pra apoiar”. Nesse momento, as demais TO’s calam e cantam junto para receber o time.

Essa prática se repetiu durante os 90 minutos de jogo. As músicas que estivessem sobressaindo eram cantadas por todos, ainda que determinada organizada estivesse cantando outra canção, ela parava e continuava a música com todos. Algo que não ocorre, por exemplo, entre a remista e a C33. A falta de integração dos azulinos é, talvez, uma das principais diferenças entre os clubes e explicaria, por exemplo, o insucesso nas tentativas de fazer um mosaico. O Clube do Remo apesar de ter diversas torcidas organizadas elas possuem pouca interação/ conexão na bancada.

Por estar acostumada apenas a realidade da arquibancada azulina eu não conseguia enxergar as diferenças e até mesmo qualidades dos bicolores e esse olhar estereotipado me fez recordar do que diz Velho (1978, p. 7):

Posso estar acostumado, como já disse, com uma certa paisagem social onde a disposição dos atores me é familiar, a hierarquia e a distribuição de poder permitem-me fixar, grosso modo, os indivíduos em categorias mais amplas. No entanto, isto não significa que eu compreenda a lógica de suas relações. O meu conhecimento pode estar seriamente comprometido pela rotina, hábitos, estereótipos.

Por outro lado, foi possível verificar que os azulinos e suas diversas torcidas organizadas lotam o estádio e empurram o time com mais frequência que a do rival e isso estando em uma série inferior. O fenômeno azul comparece na bancada mesmo diante de sucessivas derrotas.

3.2 Futebol raiz x futebol moderno

“Futebol é o esporte que une diferentes pessoas, classes, religiões, raças, em uma só paixão, em um só amor”. O depoimento da torcedora Ana Paula Santiago é singular para ilustrar que é preciso considerar, na contemporaneidade, inúmeras dimensões do significado desse esporte para a sociedade brasileira no que tange as práticas sociais.

Discutir futebol é, assim, especular sobre um jogo emoldurado pelo capitalismo, pelos "cartolas", pelo dinheiro e tudo isso que sempre torna a vida amarga e injusta, mas é também argumentar sobre todos os dilemas, problemas e lances que a vida necessariamente nos faz experimentar independentemente de condição social. (DaMatta, 2010: p.9)

Segundo DaMatta (1989), o futebol exerce fascínio a medida que possibilita o desenvolvimento da cidadania de maneira positiva e plena ao proporcionar liberdade e o exercício da igualdade, por exemplo, no instante em que a população mais desprovida de recursos financeiros têm acesso ao mesmo espaço, na arquibancada, que um empresário por serem, os dois, torcedores de um mesmo clube e, inclusive, tendo a possibilidade de interagirem durante a partida, seja através de um sorriso, abraço na hora do gol ou compartilhando a raiva e decepção por um resultado negativo.

É justamente por ser o jogo de futebol um destes poucos espaços que possibilita o processo de socialidade entre pessoas de diferentes classes sociais e faixas etárias que autor afirma: “o futebol permite juntar o mundo da casa com o universo impessoal da rua. E, fazendo isso, permite veicular as possibilidades de viver a sociedade brasileira como um grande jogo”. A declaração do torcedor Bruno Di Cássio ilustra o que a bancada representa na vida dele:

Não sei se você sabe, mas eu sou deficiente físico. Eu comecei a ir aos jogos do Remo porque na época o preconceito estava em alta e eu, criança, não

entendia muito bem o motivo. Acontece que nos jogos era o único lugar onde não me tratavam diferente, pelo contrário, acolhiam. O Remo me acolhia. Inclusive eu cheguei a entrar com os jogadores em campo, algumas vezes. Então, o Remo pra mim é definido em Família e Amor. É inclusão. **(Bruno Di Cássio)**

Por meio desse relato percebo a aproximação entre os torcedores, à construção de vínculos de estima, afeto e camaradagem estreitados, facilmente, entre a torcida. Para Murad (2007) o futebol gera uma série de possibilidades e a chance de inclusão social como meio de integração e reeducação. Durante a pesquisa pude conversar com Juliana Alves, 24 anos, cadeirante e que frequenta todos os jogos do Clube do Remo. Jujú do Remo como é chamada, pela torcida, me contou sua experiência em campo:

Eu me sinto abraçada pela torcida do Remo. Eles são demais. Não consigo achar uma palavra que defina o que o Remo representa pra mim. Em 2015, meu amigo de infância, o Victor Henrique - ele é quase um irmão pra mim, me fez uma surpresa linda e me levou no estádio pra arquibancada. O Victor conhece as Leoas Azulinas⁶⁰ e elas me convidaram para participar de um jogo como animadora da torcida, dentro de campo. Cara, isso foi demais pra mim. Desde então, eu fiz muitas amizades. Conheço uma galera por lá, todos são muito prestativos e nos ajudam a subir na rampa. Eu fui em todos os jogos ano passado. **(Juliane Alves)**

Figura 45 - Torcedora Juliane Alves como Leoa Azulina



Acervo Juliane Alves/ Cedido para a autora da pesquisa

⁶⁰ As Leoas Azulinas existem desde 15 de junho de 2013, mas, foi em 2014 que iniciaram a animação da torcida. Atualmente, o grupo tem 52 meninas das quais 16 são cheerleading, isto é, líderes de torcida. As animadoras organizam música, dança e elementos de ginástica para estimular torcedores e o time durante as partidas de futebol ou de esportes amadores.

Apesar da importância do esporte no que tange a entender fenômenos sociais contemporâneos é a partir, principalmente, da década de 80, que os pesquisadores têm se voltado para o futebol sob uma nova perspectiva, isto é, de uma maneira socioantropológica⁶¹. O torcedor enquanto um ator social.

DaMatta utiliza dois conceitos centrais em sua obra para analisar, de maneira sociológica, o futebol: ritual e drama social. Para o autor, esse esporte é um meio privilegiado de observar uma série de problemas significativos da sociedade brasileira.

O futebol, portanto, permite também descobrir a nossa “alma” e o nosso coração de modo positivo, como uma coletividade que pode, sabe e faz muito bem as coisas. Somente isso justifica a imensa popularidade deste jogo entre nós. Pois sou dos que acreditam que só se muda e/ou se quer mudar, quando se ama e se acha que a mudança vale a pena. Ou seja: sem um sentimento generoso de que realmente valemos a pena como povo e nação, qualquer proposta de transformação social pode facilmente cair num vazio ideológico; ou, o que é pior, transmutar-se numa camisa de força. Discutir futebol é, assim, especular sobre um jogo emoldurado pelo capitalismo, pelos "cartolas", pelo dinheiro e tudo isso que sempre torna a vida amarga e injusta, mas é também argumentar sobre todos os dilemas, problemas e lances que a vida necessariamente nos faz experimentar independentemente de condição social. (DaMatta, 2010: p.9)

Nessa pesquisa, na tentativa de compreender as funções sociais do futebol sobre o imaginário e as tipificações estabelecidas pelos torcedores considero que se fazem presentes categorias, isto, é elementos significativos de identificação tais como a emoção, o afeto e as interações sociais nas relações que envolvem a torcida do Remo. O torcedor Jair Neto, integrante da Camisa 33 considera que futebol é estilo de vida:

Futebol, para alguns é só mais um esporte, mas para outros é um estilo, uma vida. Para alguns, são 11 homens de cada lado com uniformes iguais e correndo no meio desses, um com cor diferente, apenas 90 minutos de partida. Para outros é raça, tática, suor, sangue, lágrima. E regras que devem

⁶¹ Núcleos de pesquisa no banco de dados do CNPq foram fundados a partir dos anos 2000. O Laboratório de Sociologia do Esporte - LASEP/UFPE foi criado em 2000 e está vinculado ao Departamento de Educação Física; o Grupo de Estudos e Pesquisas de Futebol – GEF da UNICAMP criado em 2001 e vinculado ao Departamento de Estudos do Lazer ; o Centro de Pesquisa em Esporte, Lazer e Sociedade UFPR está vinculado ao Departamento de Educação Física e foi iniciado em 2002; Esporte, Cotidiano e Sociedade da UNISINOS, de 2004, vinculado ao Centro de Ciências Humanas - Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais Aplicadas; O Núcleo de Estudos e Pesquisas sobre Esporte e Sociedade – NEPE/UFF de 2005, vinculado ao Instituto de Ciências Humanas e Filosofia, o Curso de Mestrado em História; Grupo Interdisciplinar de Estudos sobre Futebol criado na USP, em 2006, vinculado à Escola de Educação Física e Esporte, o Departamento de Pedagogia do Movimento do Corpo Humano; Núcleo de Estudos e Pesquisa em Sociologia do Futebol - NESF/UFPE (2006), vinculado ao Programa de Pós-graduação em Sociologia; Laboratório de História do Esporte e do Lazer (2007), vinculado ao Programa de Pós-graduação em História Comparada/IFCS/UFRJ; Grupo de Estudos de Sociologia e Pedagogia do Esporte/ UFMG (2008), ligado à Escola de Educação Física, no Departamento de Esportes; Grupo de Estudos em Comunicação Esportiva e Futebol – GECEF/UNESP (2010), vinculado à Faculdade de Arquitetura Artes e Comunicação de Bauru, no Departamento de Ciências Humanas; Esporte, Jogos 'tradicionais' e Sociedade - UNICAMP (2010), vinculado à Faculdade de Educação Física, Departamento de Estudos da Atividade Adaptada.

ser levadas a sério e bem definidas isso se não for seu time marcar com um gol inválido e decidir uma partida/competição já praticamente perdida. Para alguns é um passatempo no sofá com a cerveja e algo que o gosto tira. Para outros, é a realidade da arquibancada ou da caravana, sol, chuva, lama, temperatura quente ou fria. (**Jair Neto**)

O torcedor diz, ainda, que o futebol nem a ciência ou religião explicam:

Futebol pra alguns é apenas resultado em uma competição obtida. Para outros é a decisão do humor durante a semana inteira que esse resultado, diretamente, influencia. Para alguns são apenas times, cores, escolhas, besteiras ditas. Para outros é um escudo, camisa, história, clube, um ente da família. Tem gente que não entende nada disso e a esses eu digo que não se esforcem e muito menos fiquem com raiva, pois não se aplica, mas para os que realmente entendem e vivem isso tudo, deixo meu reconhecimento. Porque esses viverão momentos que jamais, nenhuma ciência, sábio, religioso, incrédulo, ninguém aqui neste e em outros mundos, explica. É por isso que eu amo o futebol. (**Jair Neto**).

Ingrid Cardoso, torcedora e integrante da C33, diz que “futebol nunca vai ser apenas um jogo que envolve tática, estratégia ou apenas saber o que é impedimento ou gol fora, vai muito além”. Os depoimentos, acima, corroboram o que diz DaMatta (1989) sobre a necessidade de observar o futebol para além do seu caráter funcional, uma vez que somente desta maneira será possível a compreensão política e social do esporte.

É necessário pensar e problematizar os significados do futebol buscando entendê-lo como parte da sociedade, uma vez que os brasileiros também manifestam suas emoções e trajetórias por meio do esporte, isto é, não apenas baseados no que ocorre durante as partidas, no gramado, mas as relações sociais que são estabelecidas nesses espaços. Como percebi no relato sensível do advogado, fotógrafo e sócio da C33 Salim:

No dia que o remo conseguiu o acesso à série C foi um dia de muita emoção, muito choro. Na descida da rampa, eu vinha conversando com uns amigos, quando um senhor me chama a atenção: olha, tem um menino descendo a rampa de joelhos. Saí em desespero pedindo ajuda para que todo mundo ajudasse a forrar o concreto com papelão para que ele machucasse menos os joelhos. Toda vez que ele parava, eu o segurava ali, no Helder, estavam os corações de todos os remistas. Quando ele chegou na rampa, dei um abraço no meu amigo e chorei. Com seu gesto, ele agradeceu a graça alcançada por todos nós azulinos. (**Salim Wariss**)

DaMatta (1989) diz que: “O futebol praticado, vivido e teorizado no Brasil seria um modo específico — entre outros — pelo qual a nossa sociedade fala, apresenta-se, revelasse, exhibe-se, deixando-se descobrir. Apreciar sociologicamente a singularidade desta ‘leitura’ do nosso sistema social por nós mesmos através do futebol precisa ser um dos nossos principais objetivos”.

Remo representa não só futebol, mas sim nossa cultura, nossa identidade com nossos costumes e raízes. Clube do Remo é o grande responsável pelo meu amor a terra, faz parte da nossa cultura. **(Victor Guerreiro)**

O teórico Gastaldo (2010) defende que é necessário analisar a temática a partir de uma perspectiva mais antropológica que desconstrua o preconceito de ser esse esporte o “ópio do povo”.

Quando falamos de esporte no Brasil, estamos falando de futebol. De longe, o futebol é o esporte mais importante no contexto social brasileiro. Por muito tempo, as Ciências Sociais consideraram o futebol como um fato de menor importância. Quando muito, concediam ao futebol um estatuto de alienação. Encerravam a questão dizendo que o futebol era o ópio do povo, servia para mistificar as classes trabalhadoras e afastá-las daquilo que deveria ser o seu verdadeiro motivo de preocupação. Com isso, deixava-se de lado toda a importância e a riqueza conceitual do esporte. O futebol, no início do século XX, foi visto por muitos intelectuais importantes, inclusive Graciliano Ramos e Villa-Lobos, como um estrangeirismo inconcebível, como um modismo estrangeiro, que não tinha nada a ver com a cultura brasileira. Tem até um texto famoso do Graciliano Ramos que se chama “Futebol é fogo de palha”, que dizia que era uma moda, como o ioiô e o bambolê. Ele dizia que o futebol tinha vindo, mas ia passar, pois o verdadeiro esporte brasileiro é a rasteira, de preferência pelas costas. (Gastado, 2010: p.37)

O Futebol que pode ser praticado por pessoas de qualquer biótipo, classe social, credo, etnia e gênero - apesar da origem do esporte ser elitista e racista, já que a prática do futebol chegou ao Brasil através dos ingleses, em 1885, sendo restrita a participação da elite branca (aos negros e a população de baixa renda restava, apenas, o direito de assistirem as partidas).

Observo que ao longo do processo histórico o esporte foi se popularizando e a partir da década de 20 o cenário mudou com os clubes aceitando a participação de jogadores das camadas populares, desempregados, negros, mestiços e pessoas com pouca escolaridade. Como diz Filho (2003):

Desaparecera a vantagem de ser de boa família, de ser estudante, de ser branco. O rapaz de boa família, o estudante, o branco, tinha de competir, em igualdade de condições, com o pé-rapado, quase analfabeto, o mulato e o preto para ver quem jogava melhor. Era uma verdadeira revolução que se operava no futebol brasileiro. (Filho, 2003: p.126)

Se por um lado o futebol começou na elite brasileira, ao longo dos anos, a atividade foi apropriada pelo povo que não aceitou ser, apenas, espectador e, por meio da resistência e do talento dos jogadores, conseguiram que pessoas pobres e/ou negras fossem protagonistas na história do futebol jogado no Brasil é o caso, por exemplo, de Valdir Pereira, mais conhecido como Didi, que foi eleito o melhor jogador da Copa de 1958, quando a imprensa europeia o chamou de *Mr. Football* ou ainda Edson Arantes do Nascimento - Pelé considerado um dos maiores jogadores da história, além de Manoel Francisco dos Santos, o Mané Garrincha, entre tantos outros que tiveram uma infância pobre e/ou eram negros.

O mundo empresarial lidera uma corrida por cifras, para aumentar o número de torcedores e monetizar o passe dos jogadores. Os horários das partidas são marcados de acordo com a disponibilidade das emissoras de televisão e não pensando, por exemplo, na segurança das pessoas, os ingressos, cada vez mais caros, excluem uma parcela significativa da população dos estádios e há, ainda, um estímulo para o consumo de produtos esportivos oficiais e um combate à utilização de produtos piratas, além do incentivo a adesão de programas como o sócio torcedor⁶². Tudo isso são elementos que nos permitem problematizar o retorno do elitismo no futebol brasileiro, por meio da análise do “futebol moderno”, algo combatido pela Frente Nacional dos Torcedores (2010) que se opõe a elitização do futebol brasileiro e tem como objetivo defender os direitos dos torcedores, além da valorização cultural das Torcidas. O movimento que foi fundado em 13 de dezembro de 2010 luta contra o que classificam de futebol empresarial, excludente e capitalista que lucra através da paixão do torcedor.

A elitização do futebol é fenômeno do neoliberalismo no esporte, é resultado da incessante busca por lucro em meio a paixão Torcedora. O futebol clássico era amador elitista; o futebol moderno surge com a profissionalização (no Brasil, por intervenção de Getúlio Vargas); o futebol pós-moderno é o atual, elitizado, mercantilizado, empresarial, apelidado pela combativa Frente Nacional dos Torcedores como “futebol moderno”, posto seja pauta do movimento o retorno ao futebol amador, contudo, não elitista; isto é, amador-popular, no qual o amor à camisa ainda exista. Graças ao processo de elitização que a cultura Torcedora passou a ser desrespeitada e criminalizada, bem como os jogos ganharam o horário “sobremesa de novela”, e os ingressos tiveram valores majorados. Diante do atual quadro deplorável, surge, portanto, a necessidade de construção de uma Frente Nacional dos Torcedores sólida, forte e inexorável, em busca da vitória Torcedora sob o norte do futebol que nos faz amar. O movimento que derrubou Ricardo Teixeira precisa de você para derrotar o futebol “moderno” elitista. (Frente Nacional dos Torcedores: p.3).

Percebo que várias torcidas organizadas corroboram do mesmo pensamento da Frente e criticam, por exemplo, a burocratização do estatuto da Confederação Brasileira de futebol (CBF). É o caso, por exemplo, da principal Torcida Organizada (TO) do Corinthians⁶³, a Gaviões da Fiel, que criou uma música criticando a “goumertização” do futebol. Para esses torcedores o “futebol moderno” exige um comportamento que se iguala ao das plateias no teatro, isto é, a torcida está limitada a aplaudir, já que estão proibidos vários objetos os quais fazem parte da história dos gramados como sinalizadores, bandeirões e papel picado. As torcidas únicas, algo que se tornou realidade no país, são para estes um atentado ao esporte.

⁶² O Sócio Torcedor é um projeto de gerenciamento de sócios que visa conquistar a adesão dos torcedores através de um sistema de fidelização com o clube oferecendo vantagens e benefícios exclusivos.

⁶³ O Sport Club Corinthians Paulista é um clube esportivo fundado na cidade de São Paulo no dia 1º de setembro de 1910 por um grupo de operários do bairro Bom Retiro. O nome foi inspirado no Corinthians FC de Londres.

As críticas aos dirigentes, a mídia e ao “futebol moderno” é perceptível por meio desta canção da Gaviões:

Não temos medo de vocês: autoridade, filho da puta
 Quem são vocês pra vir falar da minha conduta
 Se vocês querem nos acabar
 Fiquem tranquilos que sua Paz eu vou tirar
 A CBF mentiu de novo
 Nunca falou que o Futebol era da Globo
 E os dirigentes tudo safado
 É milionário com dinheiro que é roubado
 Só tem ladrão, só tem ladrão
 E vocês querem proibir meu bandeirão
 Quem me oprimir vai se fuder
 Não temos medo de vocês
 Laiá laiá laiá laiá É os Gaviões e essa história eu vou mudar
 Laiá laiá laiá laiá A arquibancada é o meu lugar

Para o torcedor Manoel Honório dos Santos Netto, conhecido como Netto Remo, 29 anos, professor, um dos fundadores da Camisa 33. O “futebol moderno” é chato e cheio de privações.

Não à gourdização do Futebol. Esse futebol moderno cheio de frescura e pavulagem, cheio de cláusulas e laudos, ingressos caros, elitização do evento, arenas, seleção de público, jogador sem raça, boleiragem, que correm atrás da bola pelo dinheiro e ganância, de brinquinho, cabelinho lambido de preá, linguinha em foto, chuteira colorida (PQP). A isso: nada de mosaico. Sim à festa linda e maravilhosa do velho e aguerrido futebol. Aquele que envolvia e exalava emoção através dos pêlos e poros. Cheio de vida, alegria, tensão. Ingresso de um real na geral. Cerveja, jogadores com raça e vontade que corriam atrás da bola pelo prazer de jogar futebol, chuteiras pretas que foda, fardamento de algodão bordado e costurado, cara amarrada e toma-te jogão. A isso: Festa na bancada com bobinas, papel picado, balões, bandeiras, bandeirão, sinalizador, fumaça. (Netto Remo)

É preciso discutir o processo de “emburguesamento” do chamado futebol moderno. Fato que se contrapõe a boa parte das teorias defendidas pelos estudiosos do esporte – a de que o estádio de futebol é o espaço onde o torcedor tem acesso ao exercício pleno de cidadania, uma vez que nele os marcadores sociais da diferença seriam, durante as partidas, silenciados. Mas diante de processo de retorno ao elitismo do futebol será que há, de fato, a cidadania plena? Para os torcedores que criticam o futebol “gourmet” o estar-junto, isto é, compartilhar as emoções de torcer por um time de futebol na bancada, está se perdendo em função da corrida por cifrões do mundo empresarial e a ganância dos dirigentes.

3.3 Setor Feminino da Camisa 33

A Camisa 33 possui uma ativa participação feminina, na bancada. O grupo surgiu em 2015 por meio de um aplicativo de celular e reúne, atualmente, 70 integrantes. Segundo as torcedoras, inicialmente o objetivo era apenas organizar as mulheres que gostavam de jogar futebol para marcarem as “peladas” nos finais de semana, mas ele foi crescendo e passou a ser um “espaço só delas” onde poderiam expressar seus desejos, angústias, interesses e, principalmente, falar de futebol sem ter alguém “mandando voltarem para cozinha” ou, ainda, perguntando: “mas vocês sabem o que é um escanteio?” Elas disseram que ninguém questiona um homem dessa maneira, mas com elas é algo recorrente. O teste cotidiano que uma mulher-torcedora é submetida, para elas, mostra todo o machismo que ainda faz parte do futebol.

O grupo é um espaço “só delas” e não é regulado por homens. Nele as meninas relatam assuntos do cotidiano, casos de assédios, vagas de emprego, dicas de maquiagem, moda e ainda se organizam socialmente. Discutem a violência contra mulheres, o combate a homofobia e fazem críticas a questões sociais. Boa parte do SF são estudantes universitárias e chamou a atenção o forte engajamento social.

No grupo estão várias funcionárias das lojas do Remo então sempre tem alguém perguntando preço ou modelo de alguma blusa ou produto. As meninas relataram, ainda que se sentiam muito sozinhas na bancada, no meio dos homens, e o grupo ajudou a minimizar essa sensação. O SF, como elas costumam chamar o grupo, tem quatro conselheiras na Camisa 33 o que garante a representatividade do grupo, ainda que minoritária, já que são quase 20 conselheiros.

Além disso, existe o grupo Camisinhas 33 com as mais antigas integrantes da barra algumas, inclusive, não fazem mais parte da torcida, oficialmente, mas continuam no grupo.

Figura 46 - Setor Feminino na bancada e a pesquisadora.



Acervo Salim Wariss / Cedido pelo autor para a pesquisa.

Em outubro de 2015, foi organizado o primeiro churrasco do setor feminino e essa foi, também, a minha primeira experiência no convívio com elas. Fui ao churrasco novamente com a minha amiga Luana Castro e confesso que me senti confortável desde o primeiro momento. As torcedoras são muito receptivas e carismáticas. Quando chegamos ao local do evento Luana abraçou, uma por uma, e esse cumprimento foi algo que chamou a minha atenção durante toda a pesquisa de campo. É uma prática comum, entre os membros da Barra, a necessidade de abraçar o outro, não bastava dizer um “oi” coletivo era necessário o contato físico, o beijo no rosto, o abraço caloroso, o carregar a outro do chão, ou ainda, bagunçar os cabelos dos mais baixos. No SF, as meninas batiam na bunda, uma das outras e teciam elogios sobre a beleza delas. Luana foi me apresentando e eu fui muito bem recebida.

Cada uma das participantes contribuiu para o churrasco. As que bebiam pagaram R\$ 20 reais e “galera do refri”, R\$ 10 reais. Como Luana é evangélica e não ingere bebida alcóolica eu questionei se não incomodava estar em um ambiente que as pessoas ingerem álcool e ela me disse que não via problemas em estar com as amigas em meio a cervejas, vodcas e vinhos. Enquanto o churrasco não era servido às torcedoras bebiam e conversavam. Todas estavam vestidas com as blusas oficiais do Remo ou da linha 1905.

Figura 47 - Setor Feminino da Camisa 33



Acervo Setor Feminino/ Recolhida em 20/10/2015. WhatsApp/ SF

Entre tudo que ouvi e vivenciei ali a idade das torcedoras foi algo que surpreendeu. Ao lado da doutoranda Maíra Cardoso, 28 anos, Luana Castro, e eu, éramos as mais experientes no local. A Maíra, talvez, por ser uma das mais velhas, era uma das principais líderes do grupo. Luana dizia que éramos as “barrocas”, já que ao questionar as demais descobri que a média de idade girava entorno de 18 e 20 anos, mas fui informada que haviam torcedoras, na barra, com 14, as chamadas mascotes do grupo, e que entraram levadas por um algum parente, geralmente, pais ou irmãos.

Recordo-me que durante o evento as torcedoras cantavam, várias vezes, o trecho do funk “as novinhas estão sensacionais”, a qual era sucesso na época e representava a idade de boa parte, das mais de 40 meninas, que participaram do churrasco sediado na casa da família de Yasmin, a Yas. Estudante de direito, 21 anos, moradora do bairro da Marambaia. Como a família de Yas é remista e possui casa com piscina esses foram os fatores que fizeram o grupo escolher o lugar para sediar o evento. A única regra era: só entram mulheres e que foi respeitada por todas as integrantes.

Percebi que o almoço era, também, um reencontro entre amigas, várias se abraçavam, contavam piadas e riam. O sentimento era de nostalgia. Outro fato relevante é que como o

time profissional do Remo estava sem jogar, há alguns meses, era notória a necessidade de estar-junto Maffesoli (1995).

Percebi que quando não havia nenhuma categoria esportiva, no fim de semana, e o Remo não tinha mais calendário as torcedoras marcavam, com maior frequência, jogos em arenas de Belém.

Figura 48 - “Pelada” do Setor Feminino



Acervo Renatinha/ Cedido pela autora para pesquisa

Algo que me chamou a atenção, durante o churrasco do Setor feminino, foi saber que nem só de jogadores de futebol são constituídos os ídolos do Leão. Apesar de grande parte da torcida ao ser questionada sobre os ídolos terem citados, exclusivamente, homens e jogadores de futebol as mulheres contribuíram significativamente para recordar outros atletas de grande importância, vários deles, mulheres.

Como remista confesso que senti vergonha por desconhecer a história e representatividade de atletas como: Angelina Serra Freire que, inclusive, empresta o seu nome ao ginásio do Clube do Remo e que venceu o Campeonato Paraense de vôlei, em 1961, além das atletas de natação que, em 1969, foram convocadas para representar a Seleção Brasileira durante o IV Jogos Desportivos Luso Brasileiro - Érika Figueiredo e Maria Nery. Na época, o Clube do Remo era conhecido pela sua natação campeã.

A atleta Lis Lobato é outro destaque na história do Remo ao ganhar medalha de ouro no Campeonato Sul-americano de Remo Máster, categoria Double Skiff, em 2013, e é que um dos principais títulos da regata azulina. A nadadora Mônica Rezende, por exemplo, é a maior referência da natação do Clube do Remo, um dos maiores talentos, no esporte do Pará. Mônica foi à única atleta paraense a competir em uma Olimpíada e mesmo observando a representatividade dessas mulheres percebi que o conhecimento dos torcedores fica,

principalmente, restrito ao futebol.

Algo que Setor Feminino da Camisa 33 tenta mudar pintando nos trapos a figura feminina e nomes que representam a história do Clube, a fim de gerar o que elas chamam de “engrandecimento da figura feminina dentro do Remo”. Para as torcedoras não se pode deixar morrer a história e memória dessas atletas que são orgulho para a história do Clube. É necessário que haja representatividade.

Figura 49 - Trapo feminino em homenagem às atletas



Acervo Setor Feminino/ Recolhida em 20/10/2015. Whatsapp/ SF

O Setor feminino é responsável por organizar boa parte dos protestos e ações sociais da Barra. Por exemplo, no jogo em que as torcedoras levaram faixas sobre o fim da cultura de estupro a ideia surgiu no grupo de whatsapp durante uma notícia de violência contra mulher que alguém compartilhou e estimulou vários relatos de assédio contados por quem já sofreu ou sofre quotidianamente.

Figura 50 - Protesto Setor Feminino



Acervo Camisa 33/ Recolhida em 10/05/2016: www.facebook.com/Camisa33

O engajamento social do SF não é apoiado por todos os torcedores para alguns, como o remista Dayvison Canelas, a barra está ficando esquerdista: “isso não era uma proposta da sua fundação. A barra era apartidária. Bem, temos que lutar para as penas serem mais severas e o Senado já até aprovou e pelo fim da impunidade, mas essa frase cultura do estupro é fruto de ideologia de minorias que acha que todo homem é babaca e desrespeita as mulheres, o que não é verdade. Mas quem desrespeitar tem que ser punido”.

O torcedor Nicollas de Pádua concorda com a opinião acima e questiona se a barra é de esquerda, direita ou apenas dissemina o Remismo:

É óbvio que o estupro é um crime repugnável, em qualquer esfera social, porém o feminismo é fruto do marxismo cultural uma estratégia da esquerda de dominação cultural amplamente disseminada e em curso desenfreado há mais de 50 anos. Minha dúvida é se algum integrante levasse um trapo pedindo Bolsonaro Presidente, em 2018, o que seria uma forma de protestar contra os estupradores, pois o deputado é único que tem PL na Câmara que visa agravar a pena para os estupradores como a castração química, por exemplo, o que fariam? (**Nicollas de Pádua**)

A torcedora Laila Cardoso acha muito legal ver as remistas unidas e lutando por um ideal: “massa ver as minas juntas e fazendo barulho em todos os lugares. Gratidão por levarem essa luta pra um lugar antes não reconhecido como da mulher. Lugar de mulher é em todo lugar, onde ela quiser. Não tem essa de apologia. Não tem essa de ah, mas ela estava no baile funk, ela usa saia curta”. O torcedor bicolor Thiago Américo Farias parabenizou o SF,

nas redes sociais, pelas faixas: “sou Paysandu, mas também sou humilde o suficiente para dizer que vocês estão de parabéns pela iniciativa. Machistas não passarão”.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Essa etnografia objetivou analisar os laços de afeto que envolvem os torcedores do Clube do Remo, a partir de um olhar para emoção, objetivando compreender as experiências vivenciadas pelos azulinos em sua cotidianeidade e, portanto, práticas sociais que refletem a dimensão comunicacional do processo intersubjetivo com foco na dimensão sensível da interação social. Para isso, foi utilizada a observação participante da torcida do Clube do Remo durante o período de setembro de 2015 até janeiro de 2017.

Por meio da vivência, interação e entrevistas com os integrantes, conselheiros da barra brava Camisa 33 e com os demais azulinos pude compreender, cientificamente, os motivos que levavam o torcedor de um clube que ficou sem série ou esteve na última zona do futebol brasileiro, durante sete anos, a continuar lotando os estádios e não abandonar o time. O amor pelo Remo e a afetividade que envolve a torcida, bem como, a necessidade de estar-junto (MAFFESOLI, 1998) dos torcedores é o que os une e gera coesão social enquanto um sentir em comum, isto é, a partilha de ideais estéticos presentes na vida cotidiana dos torcedores nas arquibancadas. Não é só um jogo de futebol: significa reencontrar amigos, familiares. Dividir emoções e afetos no estádio do futebol.

Durante a pesquisa percebi que os laços estabelecidos entre os torcedores da Camisa 33 são caracterizados por um alto nível de confiança e reciprocidade. Nas palavras de Lévi-Strauss (1997), a reciprocidade é um fato social total e isso significa dizer que sinaliza a preocupação com o outro e produz valores afetivos e/ou éticos, como confiança, a amizade e a compreensão mútua. Esses valores teriam o objetivo de evitar, por exemplo, a eclosão da violência.

A reciprocidade pode ser facilmente verificada dentro desse grupo interno, mas até que ponto há reciprocidade entre as diferentes torcidas organizadas azulinas? As quais possuem seus próprios códigos, regras e práticas culturais? Será que a reciprocidade entre os integrantes da C33 é a mesma que ocorre entre estes e os torcedores da Remista? De acordo com a pesquisa, não é. Há uma rivalidade silenciada entre estas torcidas desde o surgimento da barra e isso contribuiu para fortalecer algumas tipificações observadas, por mim, durante o entrêe cultural: “torcida de playboy”, “modinhas” e garotos de apartamento” foram algumas das palavras tipificadas sobre a C33 pelos demais torcedores, no estádio, sejam eles integrantes de organizadas, simpatizantes ou não.

É importante dizer, ainda, que a afetividade dos torcedores azulinos pode estar presente no que, aparentemente, não é afetivo. O torcer-junto na sua dimensão conflituosa.

Sentimentos negativos como o ódio do Paysandu, a inveja dos títulos do adversário e a decepção com os resultados negativos geram, nas proposições de Simmel (1983), coesão social. Dessa maneira, verifiquei a relevância do conflito na consolidação de grupos de interesses dos torcedores. Para o autor, o conflito independente do fenômeno que resulte ou o acompanhe, é, em si, uma forma de sociação.

Durante a pesquisa verifiquei várias tipificações dos azulinos, também, sobre as torcedoras do clube. Expressões como: “embelezar a bancada”, “charme do estádio”, “mulheres cheirosas” foram escutadas, constantemente, por elas e sinalizam a maneira como ainda são tipificadas dentro de campo: enfeites, isto é, objetos meramente decorativos que estão ali para agradar aos olhares masculinos. O teste cotidiano que uma mulher-torcedora é submetida mostra todo o machismo que ainda faz parte do futebol e das arquibancadas, as quais são espaços hegemonicamente tipificados como masculinos e heterossexuais. Essa percepção gerou insights importantes para uma futura pesquisa no doutorado.

Ao término desse estudo é preciso relatar que meus interlocutores contribuíram para desconstruir o que, até então, eu costumava chamar de “ato de torcer”. O fato de irem, várias vezes, ao estádio e sequer assistirem ao jogo foi algo que me marcou significativamente. Em nome de “empurrar o time”, de fazer “algo maior”, de “serem o 12º jogador” os remistas abnegam da partida.

A excitação como nos fala Elias (1985), o amor, a alegria, a dor e a raiva foram sentimentos partilhados afetivamente pelos torcedores e fundamentais para que eu conseguisse ressignificar a prática de torcer. Se parar alguns, estes azulinos são nomeados como “fanáticos, doentes ou doidos” essas atitudes permitiram fazer analogias aos torcedores emocionalmente engajados nas proposições de Damo (1990) e falar de um amor sacrificial expresso na frase “o amor é o que o amor faz” representativa, para eles, do remismo.

Essa pesquisa por ter um enfoque no estudo das emoções dos torcedores do Clube do Remo possibilitou a análise da maneira pela qual são tipificados os laços de afeto entre os torcedores do Remo e tornou possível a realização de uma descrição interpretativa dos afetos que envolviam os remistas, a partir da compreensão da maneira pela qual afetividade se produz de maneira tipificada por meio da verificação dos processos de interação e as socialidades existentes entre os torcedores.

Os interlocutores dessa pesquisa relacionaram o amor por um clube de futebol, enquanto sentimento tipificado e a partir da representatividade que o mesmo possui em suas vidas. Schutz (2012) diz que “o mundo factual de nossa experiência é vivenciado desde o principio como sendo um mundo típico”, isto é, as representações e vivências surgem

emergem de experiências quotidianas, e possuem um significado pré-estabelecido. Mesmo que algo seja vivenciado como novo, os indivíduos já possuem um “conhecimento prévio” de estruturas típicas que já foram percebidas antes, por outros.

A contribuição que, por meio dessa pesquisa, pretendi trazer à comunicação se situa na possibilidade de avançar na reflexão sobre a relação afetiva estabelecida entre os torcedores e seu clube de futebol. E aprofundar a discussão sobre elementos teóricos e metodológicos que permitem trazer fundamentos da fenomenologia, em diálogo com a antropologia, para investigar fenômenos comunicacionais e, dessa maneira, etnografar e compreender experiências sociais de sensibilidade produzidas intersubjetivamente na Amazônia.

Esse estudo é, também, um esforço em contribuir com à pesquisa de futebol e emoção, visto que é ainda tímida a quantidade de pesquisadores, ainda menor, as mulheres que trabalham com essa temática e isso ocorre, historicamente, devido as proibições, por exemplo, durante a ditadura militar época em que as leis nos proibiam sequer de torcer e participar dos jogos.

É preciso compreender e analisar que é somente a partir de 1970, como nos relata Rial (2012), que a proibição foi revogada e isso, em virtude, das pressões do movimento feminista: “as mulheres eram consideradas como reprodutoras e o futebol, assim como outros esportes, inclusive o vôlei, um esporte onde não há contato físico, era tido como capaz de prejudicar seus órgãos. Ora, os órgãos reprodutores masculinos, externos, estão muito mais em risco do que o das mulheres.”

Esse trabalho surge, também, como uma forma de contribuir para minimizar a incipiente visibilidade que nós, mulheres-pesquisadoras-torcedoras recebemos dos veículos midiáticos, no quotidianos dos clubes, nas pesquisas acadêmicas e entre as torcidas organizadas.

É importante dizer, ainda, que apesar de o futebol ser objeto de estudo, principalmente, nas últimas décadas boa parte das pesquisas ainda versam, fundamentalmente, no tripé: papel do torcedor do sexo masculino heterossexual, ou na relação torcida organizada e violência e, ainda, na diminuição da participação feminina nos estádios. Nossa proposição, foi o de ampliar esse escopo ao analisar as interações existentes entre os torcedores de futebol do Clube do Remo com foco na dimensão intersubjetiva de uma barra brava.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CASTRO, Fábio; CASTRO, Marina; FREITAS, Aline; COSTA, Hans. Intersubjetividade, sensibilidade e comunicação. In: MENDONÇA, Carlos; DUARTE, Eduardo; CARDOSO FILHO, Jorge. (Org.). **Comunicação e sensibilidades: pistas metodológicas**. Belo Horizonte: PPGCOM/UFMG, 2016. p. 99-116.

_____. **Semiotical Blues: Artíficos da Temporalidade Nostálgica**. Revista Eco Pós| ISSN 2175-8689 | As Formas do Artíficio dossiê. V. 18, 2015. N. 3.

DAMATTA, Roberto. **Universo do futebol: esporte e sociedade brasileira**. Rio de Janeiro. Pinakotheke, 1982.

_____. **O Ofício de Etnólogo, ou como Ter “Anthropological Blues”**. In: NUNES, Edson de Oliveira (org.). **A Aventura Sociológica**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1978. p. 23-35.

DAMO, Arlei. **Dom à profissão: uma etnografia do futebol de espetáculo a partir da formação de jogadores no Brasil e França**. Tese de doutorado. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2005. Disponível em: www.biblioteca.ufrgs.br/bibliotecadigital. Acesso em: 25 de janeiro de 2017.

_____. Para o que der e vier: o pertencimento clubístico no futebol brasileiro a partir do Grêmio Foot-ball Porto-Alegrense. **Dissertação de mestrado**. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 1998.

ELIAS, Norbet and DUNNING, Eric. *The Quest for Excitement*. DIFEL — Difusao Editorial, Lisboa, 1985

FILHO, Mário. **O Negro no Futebol Brasileiro**. Rio de Janeiro: Mauad, 2003 - ISBN 85-7478-096-0

GASTALDO, Edson. Estudos Sociais do Esporte: vicissitudes e possibilidades de um campo em formação. **Logos: Comunicação & Universidade**. Rio de Janeiro: Vol.17, Nº02, 2º semestre.

GRABIA, Gustavo. **La Doce: a explosiva história da torcida organizada mais temida do mundo**. – São Paulo: Panda Books, 2012. 208 pp.

GRANOVETTER, Mark. *The strength of weak ties*. In: American Journal of Sociology, University Chicago Press, Chicago, 1973. v. 78, Issue 6, p.1930-1938

HANKS, William F., 2013. Copresence and Ritual Intersubjectivity. *Language and Communication* 33 (3), 263–277.

HELAL, Ronaldo; AMARO, Fausto. (Org.) **Esporte e mídia: novas perspectivas: a influência da obra de Hans Ulrich Gumbrecht**. Rio de Janeiro. EdUERJ, 2015.

HEWSTONE, Miles. *Understanding Attitudes To The European Community*. Cambridge, CUP, 1986. In: SPINK, Mary. O estudo empírico das Representações Sociais, 1993.

JODELET, Denise. *Folie etreprésentations sociales*. Paris: PUF, 1989. Representações sociais: um domínio em expansão. In: JODELET, D. (org). *As Representações sociais*. Rio de Janeiro: Eduerj, 2002, p.17-44

LÉVI-STRAUSS, Claude. *Introducción a la obra de Marcel Mauss*, in Marcel Mauss, *Sociologia y antropologia*. Madrid: Editorial Tecnos, 1971.

MARCONI, Marina de Andrade, LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia científica**, 3º. ed. São Paulo: Atlas, 2000. Atlas 21000.

MAFFESOLI, Michel. **Elogio da razão sensível**; tradução de Albert Christophe Migueis Stuckenbruck. – Petrópolis, RJ :Vozes, 1998. Título original: Éloge de la raisonsensible.

_____. **O conhecimento comum. Compêndio de Sociologia Compreensiva**. São Paulo: Brasiliense; 2003.

_____. 1998. *O tempo das tribos*. Rio de Janeiro: Forense Universitária.

_____. 2010. **No Fundo das Aparências**. Petrópolis, Vozes.

_____. Depoimento. [nov. 2014]. Entrevistador: EICHEMBERG, F. **Entrevista concedida ao jornal O Globo**: Michel Maffesoli: O tripé pós-moderno é criação, razão sensível e progressividade. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/cultura/livros/michel-maffesoli-tripe-pos-moderno-criacao-razao-sensivel-progressividade-14496249>>. Acesso em 10 de agosto de 2015

MORIN, Edgar. **O enigma do Homem – para uma nova antropologia**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1979.

MORAN, José. **Interferências dos meios de comunicação no nosso conhecimento**. Revista Brasileira de Comunicação. São Paulo: Vol. 17, n. 2, incluir pág. 01-10, julho/dezembro, 1994. Disponível em: www.eca.usp.br/prof/moran/interf.htm#audiovisuais. Acesso em 13 de agosto de 2015.

MOSCOVICI, Serge. **A Representação Social da Psicanálise**. Rio de Janeiro. Zahar editores, 1961,1976,

_____. **A Representação Social da Psicanálise**. Rio de Janeiro. Zahar editores, 1978, 1981.

_____. *Introducción: El Campo de la Psicología Social*, In: *Psicología Social I*. Barcelona: EdicionesPaidós, 1984

MURAD, M. **A violência e o futebol: dos estudos clássicos aos dias de hoje**. Rio de Janeiro: FGV, 2007.

NÓBREGA JF da, et al. **A Sociologia compreensiva de Michel Maffesoli**: Implicações para a pesquisa em Enfermagem. *Cogitare Enf* 2012; 17 (2): 373-6.

Rial, Carmem. **Futebol e mídia: a retórica televisiva e suas implicações na identidade nacional, de gênero e religiosa**. *Antropolítica*, Niterói: v. 14, n. 2, p. 61-80, 2003.

Ricoeur, Paul. (1977). **Interpretação e ideologias**. Rio de Janeiro, RJ: Francisco Alves.

SCHÜTZ, A. 1974. Estudos sobre teoria social. Buenos Aires, Amorrortu, 320 p.

SCHÜTZ, Alfred. 1978. *Phenomenology and sociology*. New York and Londres, Penguin Books, 392 p.

SIMMEL, G. *Sociologie et épistémologie*. Paris: Presses Universitaires de France (PUF), coleção Sociologies, 1991.

_____. *Sociologie. Etudes sur les formes de la socialization*. Paris: Presses Universitaires de France (PUF), coleção Sociologies, 1999.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede**. Petrópolis: Editora Vozes, 2002.

SODRÉ, Muniz. **As estratégias sensíveis: afeto, mídia e política**. Petrópolis, Vozes: 2006.

TRAVANCAS, Isabel. **Fazendo etnografia no mundo da comunicação**. In BARROS, A. e DUARTE, J. (orgs.), *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação*. São Paulo: Atlas, 2006, pp. 98-109.

VELHO, Gilberto. **O consumo de psicoativos como campo de pesquisa e intervenção política**. Entrevista de Gilberto Velho a Maurício Fiore. Entrevista publicada no Blog pessoal de Gilberto Velho <http://gilbertovelho.blogspot.com.br/>. Acesso em 18 de novembro de 2015.

TORCEDORES, Frente. **Construindo a Frente Nacional dos Torcedores**. Disponível em: www.frentedostorcedores.com.br. Acesso em 20 de dezembro de 2016.

WEBER, Marx. **Ensaio de sociologia**. Rio de Janeiro: Zahar Editore, 1979.

ANEXO A - FICHAS DO CONSELHO CAMISA 33

1. Alan Andrade

Idade 27 anos

Profissão: universitário

2. Bruno Nascimento

Idade 28 anos

Profissão: gerente de loja

3. Caio Maciel

Idade: 26 anos

Profissão: pedagogos

4. Cássio Maciel

Idade: 26 anos

Profissão: pedagogos

5. Fellipe Américo

Idade: 24 anos

Designer gráfico

Profissão: universitária

6. Pryncia Monteiro

Idade: 21 anos

Profissão: universitária

7. Sávio Reis

Idade: 30 anos

Profissão: Doutor em Genética e Biologia Molecular

8. Juan Reis

Idade: 25 anos

Profissão: universitário

9. Mateus Prestes

Idade: 23 anos

Profissão: Universitário

10. Samuel Freire

Idade: 23 anos

Profissão: universitário

11 Matheus Cruz

Idade: 23 anos

Profissão: universitário

12. Phillippe Ramos

Idade: 21 anos

Formação: universitário

13. Renan Moreno

Idade: 22 anos

Profissão: universitário

14. Francisco Júnior

Idade: 26 anos

Profissão: analista de sistemas

15. Rafael Barros

Idade: 23 anos

Profissão: analista fiscal

16. Jéssica Braga

Idade: 23 anos

Profissão: universitária

17. Renata Reis

Idade: 19 anos

Profissão: universitária e vendedora em uma das Lojas do Remo

18. Josi Quaresma

Idade: 35 anos,

Profissão: Graduada em Educação Física e Nutrição

MBA em gestão de pessoas e gerente geral da Companhia Athletica Unidade de Belém.

19. Gabriel Bittencourt

Idade: 21 anos

Profissão: Universitário

20. Gabriel Castro de Almeida Campos

Idade: 22 anos

Profissão: Uniersitário

ANEXO B - LETRAS DE MÚSICAS SUGERIDAS PELOS TORCEDORES

Fenômeno Azul

Banda Warilou

Temos a maior torcida em todo o Pará
 No Mangueirão ela faz uma festa só
 Muitas torcidas eu vi mas escolhi você (meu Remo)
 E sei que isso era mais do que amor infinito
 Não pare Ôô
 Não cale ÔÔ
 Remo torcida linda
 É o nosso Fenômeno Azul
 O Leão foi chegando no gol
 E a galera se agita e começa a cantar
 Essa é a maior torcida do norte
 É louca por ti
 E é por isso que a massa azulina canta agora assim

O Que É, o Que É?

Sorriso Maroto

O que é, o que é?
 É abrigo, é abandono
 Faz dormir, mas tira o sono
 É tão manso e tão voraz
 Causa guerra e sela a paz
 É prisão, é liberdade
 É romance, é amizade
 É encontro, é despedida
 A missão maior da vida
 O que é, o que é?
 Doce, às vezes tão amargo
 Moderado, exagerado
 É estranho e tão normal
 Leve brisa ou vendaval
 É deserto, é um oasis
 Um dom de fazer milagres
 Faz cair e levantar
 Faz sorrir e faz chorar
 Na mesma medida pra homem ou mulher
 Pra quem acredita e pra quem não tem fé
 Quem vai ser feliz sem um dia provar
 A emoção que é amar
 O amor é a resposta
 É entrega, é aposta

Pode ser rico ou pobre
 Um plebeu, ou um nobre
 É razão, é loucura
 É doença, é a cura
 Seja lá onde for
 Na alegria, ou na dor
 O que vale é o amor
 O que é , o que é ?

Vamos Remo, Vamos Ganhar

E a 33 aqui chegou
 Pra te apoiar
 E na bancada a festa vai começar, vai começar...
 Seja em todo canto que for
 Eu vou te ver
 És com certeza a razão do meu viver, sempre vai ser...
 E quando alguém me perguntar:
 Porque amar?
 Vou responder que o Amor não se explica.
 Vamos Remo, vamos ganhar.

Céu Todinho Azul

A hora é essa de gritar
 Para aumentar a tua mágoa
 Pois sou Clube do Remo, até de baixo d'agua
 Quanta alegria, que canto de Norte a Sul
 Até Deus pra ser remista pintou o céu todinho azul
 Até Deus pra ser remista pintou o céu todinho azul.

Exagerado

Cazuza

Amor da minha vida
 Daqui até a eternidade
 Nossos destinos
 Foram traçados na maternidade

Paixão cruel, desenfreada
 Te trago mil rosas roubadas
 Pra desculpar minhas mentiras
 Minhas mancadas

Exagerado
 Jogado aos teus pés
 Eu sou mesmo exagerado
 Adoro um amor inventado

E por você eu largo tudo
 Vou mendigar, roubar, matar

Até nas coisas mais banais
Pra mim é tudo ou nunca mais

Honra Essa Camisa

Camisa 33

Uma coisa eu te peço
Joga com raça e paixão
Honra essa camisa
Meu poderoso Leão

Você Não Vale Nada Mas Eu Gosto de Você

Calcinha Preta

Você não vale nada,
Mas eu gosto de você!
Tudo que eu queria
Era saber porquê?!?
Tudo que eu queria
Era saber porquê?!?

Você brincou comigo,
Bagunçou a minha vida.
E esse meu sofrimento
Não tem explicação.
Já fiz de quase tudo tentando te esquecer.
Vendo a hora morrer
Não posso me acabar na mão.
Seu sangue é de barata,
A boca é de vampiro.
Um dia eu lhe tiro
De vez meu coração.
Aí não mais te quero
Um Sentimento, Não Pode Parar

Um Sentimento

Olê, olê lê
Olê, olê olá
Sou azulino
Um sentimento
Não pode parar

Remista - inspirada na música do seriado Chaves Que Bonita a Sua Roupas.

Azul marinho é minha roupa
Minha torcida é muito louca
Em Belém tu tá ligado
Clube do Remo lado a lado
O mais querido do Pará.."

Te Sigo Desde Pequeno

Te sigo desde pequeno
 Sempre em todos os lados
 Remo é só você meu clube amado...
 E mais te quero...
 Se vais perdendo...
 Um sentimento, não trate de entendê-lo
 E não há nada...
 Que nos separa..
 Tenho a certeza, não te largarei por nada

Tá Escrito

Revelação

Às vezes a felicidade demora a chegar
 Aí é que a gente não pode deixar de sonhar
 Guerreiro não foge da luta, não pode correr
 Ninguém vai poder atrasar quem nasceu pra vencer

É dia de sol, mas o tempo pode fechar
 A chuva só vem quando tem que molhar
 Na vida é preciso aprender
 Se colhe o bem que plantar
 É Deus quem aponta a estrela que tem que brilhar

Erga essa cabeça, mete o pé e vai na fé
 Manda essa tristeza embora
 Basta acreditar que um novo dia vai raiar
 Sua hora vai chegar!

Anunciação Azulina

Camisa 33

E não há nada pra igualar o sentimento...
 Jamais perguntei o motivo de eu estar
 Com o meu Remo toda vez no pensamento
 Minha camisa é invisível ao teu olhar

Remooo, Reemoo...
 É só você meu grande amor

Hino Oficial do Clube do Remo

Atletas azulinos somos nós,
 E cumprimos o nosso dever,
 Se um dia quando unidos para a luta,
 O pavilhão soubermos defender.

Enquanto a azul bandeira tremuleja,
 O vento a beija, como a sonhar,
 E honrando essa bandeira que flameja,
 Nós todos saberemos com amor lutar.

E nós atletas temos vigor,
A nossa turma é toda de valor.

Nós todos no vigor da mocidade,
Vamos gozando nessa quadra jovial,
E nós, os azulinos da cidade,
Rendemos viva ao nosso ideal.

Em cada um de nós mora a esperança,
Essa pujança, nosso ideal,
E porque somos do clube do remo
No nosso amor diremos que não tem rival
E nós atletas temos vigor,
A nossa turma é toda de valor (bis).

Vamos Remo, Vamos Ganhar

E a 33 aqui chegou
Pra te apoiar
E na bancada a festa vai começar, vai começar ...
Seja em todo canto que for
Eu vou te ver
És com certeza a razão do meu viver, sempre vai ser..
E quando alguém me perguntar:
Porque amar?
Vou responder que o Amor não se explica.
Vamos Remo, vamos ganhar.

Um sentimento, não trate de entendê-lo

Te sigo desde pequeno, sempre e em todos os lados,
Remo é só você o meu clube amado
E mais te quero, se vais perdendo.
Um sentimento, não trate de entendê-lo. E não há nada, que nos separa, Tenha a certeza, não te largarei por nada.