

Futebol e Mulheres: Levantamento de perfis de Instagram de coletivos de torcidas femininas no Brasil¹

Maria do Socorro de Sousa CRUZ²
Universidade Federal Fluminense

RESUMO

O objetivo deste estudo era fazer um levantamento dos principais perfis de Instagram de coletivos de torcidas de mulheres criados a partir de 2009 no Brasil e usados como espaço de combate às desigualdades e discriminação contra a mulher torcedora de futebol. Fizemos um levantamento, a partir da palavra-chave coletivos de torcidas. Após o levantamento dos perfis existentes, observamos quais os coletivos usam os perfis de Instagram como meio de manifestação e posicionamentos acerca da relação futebol e mulher. Como resultado, encontramos 28 perfis. Na parte teórica, abordamos temas sobre redes sociais, comunidades virtuais, futebol, torcida, masculinidade e violência.

PALAVRAS-CHAVE

Torcida; Coletivos, Mulheres; Futebol, Internet.

RESUMO EXPANDIDO

Dados de uma pesquisa realizada pelo Global/IPEC (2022), revelam que numa população estimada em 108,7 milhões de brasileiras (IBGE/2021), existem 67,9 milhões de mulheres que torcem por clubes de futebol do país. São mulheres que quebram tabus e preconceitos sobre presença feminina no universo futebolístico e que adentram espaços - como as arquibancadas dos estádios - os quais fazem parte dessa prática esportiva.

A presença da mulher na arquibancada dos estádios de futebol no Brasil se tornou recorrente na década de 2000. Esse período é marcado por um conjunto de evoluções históricas que ocorreram no país no âmbito do futebol. Foi um momento em que surgiram

¹ Trabalho apresentado na DT 6 – Interfaces Comunicacionais do 26º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 1º a 3 de junho de 2023.

² Doutoranda do Programa de Pós-Graduação da Universidade Federal Fluminense - UFF email: socorrocs@hotmail.com.

movimentos feministas a favor das causas relacionadas à mulher e o futebol e um período de visibilidade das competições esportivas que envolvem o futebol de mulheres.

Esses são alguns dos fatores que, aliados ao surgimento da internet - como meio de interação, socialização e compartilhamento de sentimentos e escolhas - favoreceram a criação de comunidades online, como as que foram fundadas pelas mulheres torcedoras. Martins, Silveira e Freitas (2013) no estudo: Mulheres e o Futebol: um olhar para as torcedoras do Sport Clube São Paulo, apontam a importância desses grupos feministas na luta pela livre participação da mulher no futebol como torcedora.

Nessa perspectiva, surgem, em especial a partir de 2009, coletivos de torcidas de mulheres motivados por diversos fatores, desde a busca pela igualdade, até as questões relacionadas ao machismo, preconceito e a violência contra a mulher no futebol. Foi com essa proposta que as torcedoras do Internacional criaram uma comunidade no Orkut e fundaram, em 2009, a Força Feminina Colorada, considerada como a primeira torcida organizada somente por mulheres registrada no Rio Grande do Sul. Naquele momento, o uso da internet já facilitava o contato e as discussões dos grupos de torcedoras.

Em 2017, ocorreu pela primeira vez, um encontro entre torcedoras de futebol de todo o país para discutir e compartilhar experiências da arquibancada. Trata-se do I Encontro Nacional de Mulheres na Arquibancada que tinha como tema Resistência e Empoderamento. O evento foi realizado no Museu do Futebol, em São Paulo, com cerca de 350 mulheres de 50 torcidas de time de futebol de 11 estados brasileiros. Estavam presentes torcidas como a Torcida Jovem (Santos Futebol Clube – SP), Torcida Fúria Independente (Guarani Futebol Clube – SP), Força Jovem Goiás (Goiás Esporte Clube – GO), Feministas do Galo (Clube Atlético Mineiro – MG), RAP Feminista (Cruzeiro), Esporte Clube – MG), Torcida Jovem, Chape (Associação Chapecoense de Futebol – SC).

Esse encontro motivou outras mulheres de torcidas de times de futebol de todas as regiões do país a formarem seus próprios coletivos e a usarem as redes sociais como espaço de interação e discussão sobre a mulher torcedora. O objetivo deste estudo, que faz parte de uma pesquisa de doutorado, era fazer um levantamento dos principais perfis de Instagram de coletivos de torcidas de mulheres criados a partir de 2009 no Brasil e usados como espaço de combate às desigualdades e discriminação contra a mulher torcedora.

Para tanto, fizemos um levantamento, a partir da palavra-chave coletivos de torcidas, considerando como critério de escolhas dos perfis de coletivos de torcedoras

somente aqueles que apresentavam maior representatividade nacional e tempo de atuação. Após o levantamento dos perfis existentes, observamos quais os coletivos usavam os perfis de Instagram como meio de manifestação e posicionamentos acerca da relação futebol e mulher. Encontramos um total de 28 perfis de coletivos de torcidas femininas.

Para a fundamentação teórica, foram abordadas temáticas sobre redes sociais, comunidades virtuais, futebol, torcida, masculinidade e violência. Os eixos teóricos sobre as comunidades virtuais e, especificamente sobre os movimentos de torcidas de mulheres, foram baseados nos estudos de Recuero (2009) e Martino (2010). Os dois autores possibilitam a entender a comunicação mediada pelo computador, as redes sociais e a internet enquanto ferramenta para criação de comunidades online.

As comunidades virtuais, formada por grupos, como o coletivo de torcida de mulheres, conforme Martino (2010, p.185), por exemplo, possibilitam a interação e socialização. Para o autor “a internet permitiu uma aproximação sem precedentes entre indivíduos com interesses ou ideias semelhantes. Na História é difícil encontrar um momento entre o encontro entre as pessoas se desse de maneira rápida e imediata”.

Usamos também Costa (2006) e Toledo (2010) com as conceituações que permitem um olhar para entender os sentidos do torcer, o que significa se identificar enquanto torcedora de um time de futebol, como as torcidas se organizam em coletivos nos estádios e no ambiente digital e o novo perfil da mulher que se apresenta nesse espaço. Costa (2006, p.1) defende que “a mulher como-ser-que-torce vem se configurando um perfil feminino cada vez mais comum, perfil que se manifesta por diferentes meios que vão desde as arquibancadas até os espaços virtuais da internet”

Já nas discussões sobre masculinidades e a configuração ideal do sujeito que pode torcer e quem tem legitimidade para estar no estádio de futebol, usamos Bandeira (2019). Esse autor aponta as dificuldades que se configuram no ambiente do torcer no futebol. Também acrescentamos autores que lidam com pesquisas sobre mulher e esporte como Goellner e Guedes (1998). Ambas são importantes para ajudar a entender como se constrói sociologicamente o gesto de amor e paixão por times de futebol.

Como resultado do levantamento feito nesse estudo, encontramos 28 perfis de Instagram de coletivos de torcidas de mulheres no Brasil criados a partir de 2009. Considera-se esse número expressivo tanto em termos quantitativo como no que se refere à utilização do perfil como lugar de manifestação e defesa do direito de mulher torcer no

futebol. Percebeu-se, também, a ausência de coletivos de torcidas femininas de times da região Centro-Oeste do Brasil. Desse modo, conclui-se que, de acordo com o levantamento, dentre os principais perfis dos coletivos encontrados na região Norte, estão: @leoasazulinas e @camisa33 (Clube do Remo) e @bicolindas (Paysandu). No Nordeste, aparecem o @elaseosport (Sport Recife), @timbuzeiras (Náutico), @movicoralinas (Santa Cruz), @tricoloucas (Bahia), @loucasoelocv (Vitória), @bondefeminino (Ceará), @coletivotorcedorasdoleão (Fortaleza), @azulcrinadas (CSA), @alvinegras1931 (Botafogo). Na região Sudeste, os perfis encontrados foram: @verdonas (Palmeiras), @malvinegras e @mtpccorinthians (Corinthians), @saopraelas (São Paulo) e @bancadasereias (Santos), @naçãoempoderada e @feminornrn (Flamengo), @crgvsemassedio (Vasco da Gama), @flumulher (Fluminense), @grupagalo (Atlético Mineiro). Já na região Sul, os perfis encontrados foram @coletivoelisivive (Grêmio), @avaixonadas (Avaí) e @ffcolorada (Internacional) e @atleticanissimas (Atlético Paranaense), @guriasdocouto (Coritiba) e @gralhasdavila (Paraná Clube).

REFERÊNCIAS

- BANDEIRA, Gustavo Andrada. Uma história do torcer no presente: elitização, racismo e heterossexismo no currículo de masculinidade dos torcedores de futebol. Curitiba: Appris, 2019.
- COSTA, L. M. Maria-Chuteiras x Torcedoras “Autênticas. Identidade Feminina e Futebol. In: **XII Encontro Regional de História**, 2006. Arquivo Público do Estado do Rio de Janeiro – APERJ, Rio de Janeiro, 2006.
- GUEDES, Simoni Lahud. O Brasil no campo de futebol: estudos antropológicos sobre os significados do futebol brasileiro. Niterói: EDUFF, 1998.
- GOELLNER, S. V. Gênero e esporte na historiografia brasileira: balanços e potencialidades. **Revista Tempo**, Rio Grande do Sul, v.19, n.34, p.45-52, 2012.
- MARTINO, L.M. **Comunicação e Identidade: quem você pensa que é?** São Paulo: Paulus, 2010.
- RECUERO, Raquel. A conversação em rede: comunicação mediada pelo computador e redes sociais na Internet / Raquel Recuero – Porto Alegre: Sulina, 2012.
- TOLEDO, L.H. “Torcer: metafísica do homem comum“. *Revista de História (USP)*, v.1, 2010, p. 175-190.
- VIMIEIRO, A. C. A produtividade digital dos torcedores de futebol brasileiros: formatos, motivações e abordagens. **Revista Contracampo**, Rio de Janeiro, v. 31, p. 23-59, 2014.