

CENTRO UNIVERSITÁRIO INTERNACIONAL UNINTER
Curso de Bacharelado em Jornalismo

FERNANDA HILKNER MATTOS GUEDES

**COLETIVOS FEMININOS: UMA REPORTAGEM *LONGFORM* SOBRE A
PRESENÇA DAS MULHERES NAS ARQUIBANCADAS DE CURITIBA**

CURITIBA
2023

FERNANDA HILKNER MATTOS GUEDES

**COLETIVOS FEMININOS: UMA REPORTAGEM *LONGFORM* SOBRE A
PRESENÇA DAS MULHERES NAS ARQUIBANCADAS DE CURITIBA**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado como requisito parcial para
obtenção do grau de bacharel em
Jornalismo ao Centro Universitário
Internacional UNINTER.

Orientadora: Professora Dra. Karine
Moura Vieira

CURITIBA

2023



Curso de Bacharelado em Jornalismo

Ata de Banca de Avaliação de Trabalho de Conclusão de Curso

Aos 29 dias do mês de agosto de 2023 realizou-se a banca de avaliação de Trabalho de Conclusão de Curso do/a estudante Fernanda Hilker de Mattos Guedes, portador do Registro Uninter (1598357) do curso de Bacharelado em Jornalismo do Centro Universitário Internacional Uninter. Na ocasião, o trabalho desenvolvido na fase de defesa, na modalidade produto, sob o título Coletivos Femininos: uma reportagem longform sobre a presença das mulheres nas arquibancadas de Curitiba e orientação do/a professor/a Dra. Karine Moura Vieira, foi apreciado pelos seguintes membros da banca avaliadora:

Examinador/a 1: Dra. Marcia Boroski

Examinador/a 2: Me. Alessandro Ribeiro

Após a conferência do trabalho e considerando a média das notas atribuídas pelos professores examinadores nas fichas de avaliação, atribuiu-se a seguinte nota: 10

Sendo assim, considerou-se a estudante aprovada.

Assinam os seguintes participantes:

Orientador/a: *Karine Moura Vieira*

Examinador/a 1: *Marcia Boroski*

Examinador/a 2: *4*

Estudante: *Fernanda Hilker*

RESUMO

Este trabalho apresenta o desenvolver de uma reportagem *longform* sobre os coletivos femininos dos clubes de futebol da cidade de Curitiba (PR). Os principais objetivos deste projeto jornalístico são: apontar o crescente surgimento de grupos exclusivamente de torcedoras, debater a presença das mulheres nos estádios e enfatizar o impacto de tais movimentos na luta feminina pelo direito de torcer. A partir de estudos bibliográficos sobre a temática mulher e futebol, possibilitou-se a aplicação do tópico em uma narrativa multimídia que explora as vivências de pessoas que atuam para mudar o cenário hostil do futebol brasileiro. Como elementos principais deste produto estão os coletivos Atleticaníssimas, Gurias do Couto e Galhas da Vila.

PALAVRAS-CHAVE: Coletivos femininos, Jornalismo Esportivo; Mulheres no Futebol; Reportagem Longform; Torcidas de Futebol.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	06
2 FUTEBOL E SOCIEDADE.....	10
2.1 TORCIDAS ORGANIZADAS.....	12
3 MULHER E FUTEBOL.....	13
4 CLUBES E SEUS COLETIVOS FEMININOS.....	17
4.1 Athletico Paranaense.....	17
4.2 Coritiba Foot Ball Club.....	17
4.3 Paraná Clube.....	18
4.4 Coletivos femininos.....	18
4.4.1 Atleticaníssimas.....	19
4.4.2 Gurias do Couto.....	19
4.4.3 Gralhas da Vila.....	20
5 JORNALISMO: ESPORTIVO E DIGITAL.....	21
5.1 FORMATO LONGFORM.....	23
6 DESCRIÇÃO DO PRODUTO.....	26
6.1 PRÉ-PRODUÇÃO.....	26
6.2 PRODUÇÃO.....	27
6.3 PÓS-PRODUÇÃO.....	28
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	29
8 REFERÊNCIAS.....	30
9 APÊNDICES.....	35
10 ANEXOS.....	37

1 INTRODUÇÃO

O seguinte trabalho apresenta as etapas necessárias de compreensão e realização da reportagem *longform* “Coletivos femininos: a presença das mulheres nas arquibancadas de Curitiba”¹.

Em um ambiente que ainda é majoritariamente masculino, as mulheres anseiam por igualdade no mundo futebol. Como mostra a pesquisa sobre torcidas O Globo/Inteligência em Pesquisa e Consultoria Estratégica (IPEC)², realizada no ano de 2022, o público envolvido com futebol consiste em 86,4% entre os homens e 62,5% entre as mulheres. Lutando contra o assédio, preconceito, e visando o simples direito de estar onde quiser, a busca por espaço no esporte ultrapassa as quatro linhas, e chega às arquibancadas. Atualmente, os clubes brasileiros, mesmo que timidamente, contam com boa, mas não massiva presença feminina em partidas oficiais.

Segundo dados levantados pelo jornalista Rodrigo Capelo, para a Revista Época, em 2016, o clube brasileiro com mais sócias-torcedoras é o Sport Club Internacional de Porto Alegre, no Rio Grande do Sul. No ano da pesquisa, o Inter contava com 22% de mulheres em seu quadro associativo. Capelo faz uma comparação com os dados levantados também por ele, em 2015, para o Globo Esporte, que mostram como o número de associadas caiu do ano de 2015 para 2016. O próprio Internacional contava em 2015, com 25% de mulheres no quadro de sócios, uma queda de 3% para o ano seguinte. A pesquisa ainda mostra que entre os doze clubes mais populares do país, as mulheres representavam em 2016 apenas um décimo do total de sócios-torcedores.³

¹ Reportagem disponível em: <https://sites.google.com/view/coletivosfemininosfutebol>

² Pesquisa O Globo/Ipec das torcidas: veja ranking geral, por sexo, idade, raça e outros disponível em: <https://oglobo.globo.com/esportes/noticia/2022/07/flamengo-na-lideranca-palmeiras-segundo-time-bahia-negro-os-destaques-da-pesquisa-o-globoipec-de-torcidas.ghtml>

³ A pesquisa realizada pelo jornalista Rodrigo Capelo, em 2016, para a Revista Época, é o último levantamento que se há conhecimento sobre o número de mulheres nos quadros de sócios dos clubes brasileiros. Não há uma atualização dos números como mostram as matérias “Internacional se destaca com ações para as mulheres e vê aumento do público feminino no quadro de sócios” (<https://tntsports.com.br/futebolbrasileiro/Internacional-se-destaca-com-acoes-para-as-mulheres-e-ve-aumento-do-publico-feminino-no-quadro-de-socios-20210309-0009.html>) do site TNT Sports, em 2021, e “Violência dificulta adesão feminina a programas de sócio-torcedor” (<https://vejario.abril.com.br/cidade/violencia-adesao-mulheres-socio-torcedor/>) do site da revista Veja Rio, escrita por Anna Luísa Souza e Maria Clara Patané, em 2022, que citaram os mesmos dados em seus respectivos conteúdos.

Para quem observa o comparecimento acanhado da mulher nas arquibancadas, não imagina que o cenário nem sempre foi esse. Silva (2010), aponta que no início do século XX, as mulheres tinham uma presença marcante nas torcidas, mas que com o tempo, tal âmbito mudou. “A partir dos anos 1960, as mulheres vivem a experiência do estádio como um ambiente masculino, no qual é preciso disfarçar-se para não chamar a atenção, para não atrair os gracejos dos homens presentes e evitar brigas.” (SILVA, 2010, p. 58).

Como explica Silva (2010), a presença feminina nos estádios é também um reflexo cultural do que acontecia em outros espaços sociais.

Importante ressaltar que as mudanças no comportamento feminino foram decorrentes de outras mudanças culturais no comportamento juvenil pós-1960, inclusive com o predomínio do blue jeans, das roupas unissex e certa juvenilização que fez com que as diferenças na aparência de homens e mulheres jovens fossem minimizadas. (SILVA, 2010, p. 59)

Após algumas mudanças de cenários na relação do sexo feminino com o futebol. Costa (2007) afirma que atualmente:

Nunca na história, a mulher teve tanta liberdade para se autocriar em termos identitários. Nunca na história do futebol a participação das mulheres foi tão grande e significativa. Há um sensível desgaste na ideia de que “futebol é coisa de homem”, pois é muito difícil repetir essa sentença sem vê-la contestada pelo razoável número de mulheres que atuam como profissionais, ou que fazem do futebol um lazer para os seus momentos de folgas. (COSTA, 2007, p.1)

Um dos pontos a serem considerados neste trabalho, é entender alguns fatores que geram o afastamento da mulher dos estádios e arenas de futebol.

O Instituto Patrícia Galvão/IPEC (2022) aponta que 45% das mulheres entrevistadas na pesquisa “Percepções sobre controle, assédio e violência doméstica: vivências e práticas”, dizem que já tiveram o corpo tocado sem seu consentimento em local público, e apenas 5% de homens admitem ter cometido esse ato. Ao todo, foram ouvidas 1.200 pessoas, sendo 400 mulheres e 800 homens, com 16 anos ou mais.

Visto isso, constata-se que nos estádios a vulnerabilidade e exposição da mulher a este tipo de situação não é diferente, e é um fator determinante para o afastamento feminino da ação de torcer. Patané e Souza (2022), indicam que há

muitos relatos de casos de agressão, sexismo e misógina em espaços ligados ao futebol, e que grande parte das mulheres temem a hostilidade dentro e também fora dos estádios.

Procurando uma mudança no estado de insegurança nas arquibancadas e tentando torná-lo mais confortável, e representativo, um tipo de movimento vem crescendo e ganhando forças nos estádios do país. Os chamados coletivos femininos, são grupos formados por torcedoras com o intuito de enfatizar o comparecimento da mulher nas bancadas. Guimarães e Honório (2020) mostram que das 27 unidades federativas, 16 possuem grupos de mulheres que lutam por igualdade, direito, empoderamento feminino, e contra o assédio nas torcidas das arenas e estádios brasileiros. Além da visibilidade, os grupos procuram trazer a inclusão das torcedoras por meio de ações diferenciadas envolvendo pautas sociais e de amor ao clube. Através da criação desses movimentos nota-se um avanço histórico para que a mulher se sinta à vontade na hora de frequentar estádios de futebol.

Realizada uma pesquisa no mercado jornalístico, em tabela disponível no apêndice ao final deste trabalho, foi possível diagnosticar que existem produções sobre o tema de coletivos femininos, porém, os produtos não são aprofundados, completos ou ricos em detalhes. A exploração do conteúdo acontece de forma objetiva e curta, tanto em uma análise de veículos paranaenses, quanto outros de alcance nacional. No formato online, as reportagens e matérias são redigidas por veículos tradicionais e não tradicionais. Não foram identificadas reportagens em formato *longform* sobre o assunto.

Portanto, o produto aqui apresentado entrega uma reportagem *longform* que serve não apenas aprofundamento de conteúdo textual, mas também trabalha com o campo da multimídia.

Além disso, a reportagem torna-se relevante já que apresenta uma pauta relativamente nova e moderna, não só para a mídia, como também para o público. A finalidade do projeto apresenta a busca das mulheres pelo direito de torcer e avalia a importância dos movimentos criados por mulheres, e para mulheres, dentro das torcidas dos clubes curitibanos. Além disso, o conteúdo ainda possibilita a aproximação de torcedoras, potenciais torcedoras, e torcedores com os coletivos.

Nos próximos capítulos serão apresentados temas relevantes para o entendimento social e jornalístico do presente produto.

O segundo capítulo tratará do impacto do futebol na sociedade. A relação será explicada através da chegada do esporte ao Brasil até a origem das torcidas. Com o tempo, o futebol sofreu grandes mutações dentro e fora de campo, e a cultura futebolística e de torcida que temos hoje fez parte de um avanço histórico e social.

Já no terceiro capítulo será compreendida a relação da mulher com o futebol. Relação essa, que parte da ocupação feminina em diversos espaços sociais, sua chegada ao esporte, e por fim as arquibancadas.

Apontada a relação da mulher no esporte, surge o tema do quarto capítulo: os movimentos unicamente de torcedoras, nos clubes de Curitiba. Neste capítulo, também será possível conhecer o surgimento dos principais clubes da cidade e seus coletivos femininos.

Como editoria do presente trabalho, a compreensão do jornalismo esportivo torna-se necessária e é levantada no capítulo cinco. O surgimento do segmento no país, seus métodos e práticas são trazidos à tona. Neste mesmo capítulo, outro tema a ser apresentado é o jornalismo digital. Assim como o esportivo, o jornalismo digital foi essencial para a fundamentação deste produto já que foi o meio adotado para sua publicação final. Por isso, compreende-se aqui a história desta vertente jornalística e o formato *longform*.

Os capítulos finais explicam os processos realizados para execução do produto desenvolvido. Conceitos de elaboração de pauta, os passos a serem seguidos na pré-produção e detalhes da produção e da pós-produção.

Já os últimos capítulos consistem nas considerações finais, referências, apêndice e anexo.

2 FUTEBOL E SOCIEDADE

Embora não seja possível determinar ao certo de onde o futebol surgiu, existem evidências que ajudam a entender sua evolução. Como aponta Gurgel (2008), o esporte deixa seu legado na existência mundial antes mesmo do conceito de globalização, e antes das regras de futebol criadas pelos ingleses.

Esse esporte, com variações de regras e nomes, mas tendo sempre em comum o hábito de chutar um objeto esférico, surgiu em países e momentos históricos múltiplos, indo da China à Europa e à América pré-colombianas. (GURGEL, 2008, p. 48)

No entanto, Gurgel (2008) mostra que os principais fragmentos para o formato mais popular de futebol que conhecemos hoje, com uso de bola, formação de times e campo de jogo, surge no século 17 e faz o esporte virar uma febre na Europa a partir do século 19.

O início do século 20 é marco fundamental para entender as aspirações globais do futebol. A criação da Fifa⁴, em 1904, aglutina rapidamente grupos espalhados pelo mundo todo, fazendo com que essa entidade, nas primeiras décadas daquele século, já tivesse representantes em todos os continentes. (GURGEL, 2008, p. 50)

Máximo (1999) conta que a chegada do futebol ao Brasil ocorreu através do paulistano Charles Miller no final do século XIX. Filho de ingleses, Miller promoveu a primeira partida oficial em terras brasileiras após seu contato com o esporte durante sua morada na Europa. Charles Miller era de família nobre, e esse foi um dos fatores pelo qual o esporte se popularizou primeiramente entre a classe alta no Brasil.

Antes com a prática concentrada na elite branca, Máximo (1999) explica também que foi apenas nos anos 20 que outras raças e classes passaram a ser integradas no futebol brasileiro. Em 1921, o então presidente da República, Epitácio Pessoa recomendou que atletas pretos não representassem a seleção brasileira, no entanto, alguns clubes pareciam resistir a essa ideia, o que fez com que a

⁴ FIFA = Fédération Internationale de Football (no português: Federação Internacional de Futebol), entidade máxima que supervisiona o futebol no mundo.

integração, em campo e nas torcidas, acontecesse aos poucos. Tais inclusões fizeram com que o esporte se popularizasse no país por volta desse período.

Quando e como o esporte terá virado paixão popular? É evidente que não aconteceu da noite para o dia. Mas na heróica vitória brasileira sobre uruguaios, no final do Campeonato Sul-Americano de 1919, disputado no recém-inaugurado estádio do Fluminense, já havia menos de esporte que de paixão. (MÁXIMO, 1999, p. 184)

DaMatta (1982), explica o futebol no Brasil como uma maneira pela qual a sociedade brasileira fala e se revela. Para o autor, o esporte pode ser lido em forma de um instrumento neutro, negativo ou positivo para o sistema social. O autor define o futebol no país como:

Uma máquina de socialização de pessoas, um sistema altamente complexo de comunicação de valores essenciais (Cf. Levine, 1980) e um domínio onde se têm a garantia da continuidade e um domínio onde se têm a garantia da continuidade e da permanência cultural e ideológica enquanto grupo inclusivo. (DAMATTA, 1982, p. 40)

Tal leitura social possibilita entender o futebol como um método de pertencer. Flores (1982) explica a impressão de pertencimento por meio das sensações e simbologias presentes no esporte. A forma de vestir igual, o papel e função desempenhada por cada jogador, os craques que surgem de classes mais baixas e alcançam o sucesso, podem ser considerados elementos que chegam às camadas sociais gerando o sentimento de identificação em quem presencia tais acontecimentos. Assim, considera-se que esses sentimentos ocasionados pelo futebol são o impulso principal para a ação de torcer.

2.1 TORCIDAS ORGANIZADAS

Antes de serem denominadas “Torcidas Organizadas”, a prática adotada por certo grupo de pessoas que se unificaram através da paixão por seu clube foi inicialmente chamada por pesquisadores de torcida voluntária. (SOBRINHO E CÉSAR apud SOBRINHO, 2013)

Segundo Sobrinho e César (2013) conforme apontado por Toledo (1996), surge em 1940 uma nova forma de torcer.

Devido à sua estrutura, essas torcidas possibilitavam a continuidade da identidade e dos sentimentos de unidade vivenciados pelos apaixonados do futebol e que antes se restringiam quase que exclusivamente aos momentos dos jogos de socialização de pessoas, um sistema altamente complexo de comunicação de valores essenciais e um domínio onde se têm a garantia da continuidade e um domínio onde se têm a garantia da continuidade e da permanência cultural e ideológica enquanto grupo inclusivo. (SOBRINHO E CÉSAR apud TOLEDO, 2013, p.5)

É exatamente nesse período que as primeiras torcidas organizadas surgem no Brasil: a Torcida Uniformizada do São Paulo F.C (1940) e a Charanga do Flamengo (1942). Essas torcidas tinham um novo estilo que constituía em “uma estrutura básica de organização, com o comando de uma só pessoa, conhecida como “o chefe de torcida”, que agrupava em torno de si dezenas de simpatizantes”. (SOBRINHO E CÉSAR apud TOLEDO, 2013, p.5)

Entretanto, quase vinte anos após a criação das primeiras organizadas, aponta-se que o ano de 1960 foi marcado pelo surgimento de um novo tipo de ideologia entre essas torcidas. Desta maneira, os grupos de torcedores organizados passaram a ganhar autonomia em relação aos clubes, o que procede até os dias de hoje.

Essa nova torcida se caracteriza por apresentar seus componentes de forma impessoal. Não são centradas na figura de uma só pessoa, como as anteriores, burocratizadas na sua estrutura organizacional, estatuídas, com presidente eleito para um período determinado, conselho deliberativo, diretoria e sócios, constituindo-se como uma empresa privada, sem fins lucrativos. (SOBRINHO E CÉSAR, 2013 p.5)

Silva (2010) explica que nessa nova era das organizadas, bandeiras e vestimentas que passaram a aparecer durante os jogos não só usavam as cores dos clubes, mas traziam também simbologias e alusão das torcidas. Isso então, passou a diferenciar o torcedor organizado do “torcedor comum”, que é considerado menos comprometido que o torcedor organizado.

3 MULHER E FUTEBOL

No século XIX, as mulheres passaram a migrar, movidas pelo trabalho, passando a exercer em grande escala o trabalho de empregada doméstica. Surge então, nas cidades que acolhiam mulheres que buscavam trabalhar, uma segregação sexual do espaço público devido à canalização da coabitação entre homens e mulheres. (PERROT, 1998)

Existem lugares praticamente proibidos às mulheres – políticos, judiciários, intelectuais, e até esportivos...–, e outros que lhes são quase exclusivamente reservados – lavanderias, grandes magazines, salões de chá... (PERROT, 1998, p.37)

Perrot (1998), esclarece que ainda restritas aos espaços privados, as mulheres permaneceram excluídas da palavra pública por longo período. Porém, com o passar do tempo, suas opiniões passaram a ser importantes nas decisões da constituição e na função democrática, o que ocorre através da correspondência, da literatura, e pela imprensa.

Conforme a busca pelo direito de salário, de voto e estar na política, a inserção feminina foi ocorrendo em diferentes espaços. No esporte, como aponta Pfister (2003), durante a Primeira Guerra Mundial, as mulheres eram repreendidas nos campos esportivos e tinham permissão apenas para frequentar as laterais do local. Para além da observação, a prática de esporte para moças também era restrita a motivos de saúde.

Fato é que mesmo com restrições impostas e apenas no papel de telespectadora neste primeiro período, as mulheres têm papel histórico quando falamos em torcida de futebol. Apontado por Ecoten (2013) citando Capellano (1999) é especificado que o termo “torcer” surgiu a partir da presença feminina nos estádios.

Foram as mulheres, aliás, que consagraram a expressão “torcer”. Como não ficava bem para uma dama se descabelar, gritar, chorar, com seu time de coração, elas levavam para os estádios pedaços de pano, os quais torciam durante as partidas para aliviar a tensão. O hábito as fez ficar conhecidas como “torcedoras” e não demorou muito para o termo ser adotado para designar todos aqueles que compareciam com frequência às partidas no intuito de incentivar as equipes. (ECOTEN apud CAPELLANO, 2013, p. 28-29)

Como praticantes, Goellner (2005) aponta que foi apenas nas primeiras décadas do século XX que a mulher passou a conquistar seu lugar dentro de espaços esportivos, antes considerados exclusivamente masculinos. Isso se deu graças a participação feminina na segunda edição dos Jogos Olímpicos Modernos, que mesmo em meio a muita contradição e oposição, possibilitou pela primeira vez a ligação da imagem da mulher como atleta.

No Brasil, ainda que as mulheres praticassem futebol no início do século XX, elas eram menos participativas na modalidade do que os homens. Um dos motivos para isso, era a interdição por meio de decretos oficiais que inviabilizavam, por exemplo, que clubes esportivos criassem políticas de inclusão para mulheres. (GOELLNER, 2005)

Antes considerada uma prática proibida, pelo então presidente Getúlio Vargas, com o Decreto-Lei 3.199 ⁵, apenas em 1979 “foi permitida às mulheres brasileiras a participação institucionalizada no futebol de campo”. (REIS, 1998, p. 51)

Em 1982, um grande salto acontece quando ocorre uma partida entre mulheres que representavam as seleções de São Paulo e Rio de Janeiro, em jogo que servia de preliminar do clássico masculino entre São Paulo e Corinthians, parte de uma programação de festival. A partida foi organizada pela jogadora e advogada Rose do Rio, nome referência de diversas ações que buscavam o direito de mulheres vivenciarem o futebol. Através de importantes conversas de do Rio com homens do grande escalão do futebol, em 1983, é oficialmente autorizada a prática feminina do futebol no Brasil⁶. (GOELLNER, 2021)

No mês de março de 1997, a Federação Paulista de Futebol concedeu para uma empresa privada, a criação do primeiro campeonato feminino que se tem registros oficiais no Brasil, o Campeonato de Futebol Feminino de São Paulo. (REIS, 1998)

5 Decreto-Lei 3.199, Capítulo IX, Art. 54: “Às mulheres não se permitirá a prática de desportos incompatíveis com as condições de sua natureza, devendo, para este efeito, o Conselho Nacional de Desportos baixar as necessárias instruções às entidades desportivas do país.” - Disponível em: <https://www2.camara.leg.br/legin/fed/declei/1940-1949/decreto-lei-3199-14-abril-1941-413238-publicacaooriginal-1-pe.html>

6 Mesmo com o fim do decreto imposto por Getúlio Vargas, que proibia mulheres de praticarem futebol até 1979, a situação só foi regularizada devidamente apenas no ano de 1983.

Reis (1998) afirma que além da discriminação com mulheres que praticavam futebol, havia também no Brasil uma má recepção para aquelas que frequentavam estádios para assistir jogos sem seus maridos.

Sobre o julgamento que as mulheres recebem ao apreciar o futebol, Costa (2021), afirma que no Brasil o sexo feminino costuma a ser desassociado deste esporte. “Daí a necessidade de mostrarem que não apenas gostam, mas que também são capazes de compreender o futebol em seus múltiplos aspectos”. (COSTA, 2007, p. 4)

Ao passar dos anos, com as evoluções sociais dentro e fora do esporte, e com a criação das torcidas organizadas, descrita no capítulo 3, Costa (2007) também aponta para a presença de comandos femininos dentro das organizadas nos dias de hoje.

Outro importante índice refere-se à presença das mulheres nas torcidas organizadas. Muitas dessas instituições possuem facções femininas: Jovem Fla Pelotão Feminino (RJ - Flamengo), Dragões da Real (SP - São Paulo Futebol Clube), Galoucura Feminina (MG - Atlético Mineiro), Camisa 12 (RJ - Vasco da Gama), Mulherão (RJ - Volta Redonda), Gatas da Fiel (Pará - Paysandu). (COSTA, 2007, p. 2)

Uma torcedora símbolo que precisa ser citada na relação da mulher com organizadas é Dulce Rosalina. Considerada “a primeira dama das arquibancadas”, torcedora fanática do Clube de Regatas Vasco da Gama, Rosalina foi a primeira mulher a assumir a presidência de uma torcida de futebol no Brasil. Em 1956, aos 22 anos, a carioca assume a Torcida Organizada do Vasco (TOV), revolucionando o método de torcer, e marcando a presença feminina nos estádios. (ARAÚJO, 2019)

A partir dos anos 2000 fortifica-se no Brasil a criação de torcidas unicamente compostas por mulheres nas torcidas dos clubes brasileiros. Os grupos, que também são chamados de “coletivos”, são uma criação independente de torcedoras que apoiam o clube do coração. Destaca-se aqui que os coletivos não são originários de torcidas organizadas. Diferentemente de comandos e pelotões femininos que surgem dentro e a partir das uniformizadas, os coletivos são uma organização separada que atuam por conta própria.

Em entrevista para o site Terra, em matéria assinada pelo jornal Lance!⁷, Leda Maria da Costa, pesquisadora de futebol, doutora em Literatura Comparada e mestre em Letras pela Universidade Estadual do Rio de Janeiro (UERJ) afirma:

O surgimento de grupamentos de torcedoras com intenção de reforçar a representatividade das mulheres assim como a reivindicação pelo direito de torcer sem ser assediada ou reivindicar a legitimidade de torcer e não ser alvo de questionamentos do tipo "mulher não entende de futebol" enfim, são temas importantes que movem alguns movimentos recentes de torcedoras que podem ser encontrados em diversos cantos do país. (COSTA, 2021, LANCE!)

Conforme apontado na introdução, em levantamento realizado por Julia Guimarães e Rafael Honório, em 2020, para o site Globo Esporte⁸, das 27 unidades federativas, 16 possuem grupos de mulheres que lutam por igualdade, direito, empoderamento feminino, e contra o assédio nas torcidas das arenas e estádios brasileiros.

No capítulo seguinte é possível conhecer os três objetos principais deste projeto. São eles: os três coletivos femininos dos clubes da capital paranaense dos clubes Athletico-PR, Coritiba e Paraná Clube.

7 Leda Maria da Costa concedeu entrevista para a matéria "Especial Dia da Mulher: elas explicam por que criaram coletivos femininos só para irem aos estádios" do site Terra pelo jornal Lance! - <https://www.terra.com.br/esportes/lance/especial-dia-da-mulher-elas-explicam-por-que-criaram-coletivos-femininos-so-para-irem-aos-estadios,24f22eaf57a65ab00c50e96e70d3d025369x76j2.html>

8 Os dados de Julia Guimarães e Rafael Honório compõe a matéria "Contra o machismo nos estádios, coletivos feministas se unem pelo Brasil e dão voz às arquibancadas", realizada para o site do Globo Esporte, em 2020. - <https://ge.globo.com/programas/esporte-espetacular/noticia/contra-o-machismo-no-estadios-coletivos-feministas-se-unem-pelo-brasil-e-dao-voz-as-arquibancadas.ghml>

4 CLUBES E SEUS COLETIVOS FEMININOS

Para conhecer as torcidas e chegar ao ponto principal do produto, é preciso conhecer primeiramente os times envolvidos neste projeto. Atualmente o estado do Paraná conta com trinta e oito clubes profissionais registrados pela Federação Paranaense de Futebol (FPF)⁹. A capital Curitiba, local foco do trabalho, possui como principais clubes: o Athletico Paranaense, o Coritiba Foot Ball Club e o Paraná Clube.

4.1 Athletico Paranaense

Fundado em 26 de março de 1924, o Clube Athletico Paranaense (CAP) surgiu a partir da fusão entre os clubes América Foot-ball Club e Internacional Foot-ball Club. Nas cores preto e vermelho, as principais conquistas do clube são o Campeonato Brasileiro (2001), Copa do Brasil (2019) e a Copa Sul-Americana (2018 e 2021). Também dono de vinte e seis títulos paranaenses, o CAP tem como casa o Estádio Joaquim Américo Guimarães, popularmente conhecido como Arena da Baixada. O estádio está localizado no bairro Água Verde e tem capacidade máxima de pouco mais de 42 mil pessoas. Em 2014, após reformas, o local recebeu jogos da Copa do Mundo que ocorreu no Brasil¹⁰.

Em 2018, o clube passou por reformulação e mudou a grafia de seu nome, de Atlético Paranaense, tornou-se Athletico Paranaense, com “h”. Além da nomenclatura, o Athletico também fez mudanças em seu escudo, mascote e uniforme de jogo.

Apelidado pelos torcedores de “Furacão”, o Athletico tem como principal torcida, a torcida organizada Os Fanáticos (TOF), fundada em outubro de 1977.

4.2 Coritiba Foot Ball Club

O Coritiba Foot Ball Club (CFC), mais conhecido como “Coxa”, tem como data de fundação oficial o dia 12 de outubro de 1909. De origem alemã, o time que tem as cores verde e branco, realizou junto ao Pontagrossense, a primeira partida

⁹ Informações coletadas do site oficial da Federação Paranaense de Futebol (FPF). - <http://www.federacaoopr.com.br/>

¹⁰ Informações coletadas no site oficial do Clube Athletico Paranaense. - <https://www.athletico.com.br/>

de futebol interclubes registrada no estado do Paraná. Como principal título, o Coritiba possui o Campeonato Brasileiro. A conquista ocorreu em 1985, sendo o primeiro clube paranaense a ganhar um título nacional. O CFC também é o maior campeão paranaense, possuindo ao todo trinta e seis títulos estaduais.

O Estádio Major Antônio Couto Pereira, primordialmente nomeado como Estádio Belfort Duarte, foi inaugurado no ano de 1932. Localizado no bairro Alto da Glória, o Couto Pereira tem hoje capacidade para mais de 40 mil pessoas¹¹.

A principal torcida organizada do Coritiba é a Império Alviverde (IAV), fundada em 2 de outubro de 1977. Os torcedores organizados concentram-se no segundo anel na arquibancada do setor Renato Follador Jr.

4.3 Paraná Clube

Criado em 19 de dezembro de 1989, o Paraná Clube (PRC) é o caçula entre os times da capital Curitiba. Surgido da fusão entre Colorado Esporte Clube e Esporte Clube Pinheiros, o PRC tem como cores o vermelho e o azul. Entre as maiores conquistas do clube tricolor estão o Campeonato Brasileiro Série B (1992 e 2000) e os sete títulos do Campeonato Paranaense.

O Estádio Durival Britto e Silva foi construído no ano de 1947 pelo Clube Atlético Ferroviário, que posteriormente viraria o Colorado. Mais conhecido como Vila Capanema, o estádio fica no Bairro Vila Guaíra e atualmente comporta mais de 17 mil espectadores. Assim como a Arena da Baixada, também recebeu jogos da Copa do Mundo, mas em 1950¹².

Sua maior torcida se chama Torcida Fúria Independente (TFI), que surgiu em 29 de setembro de 1993.

4.4 Coletivos femininos

A presença feminina é um fato em grande parte das torcidas organizadas de clubes brasileiros. Como mencionado no capítulo sobre torcidas organizadas, dentro das chamadas TO's¹³, é comum a existência de comandos ou pelotões femininos. As

11 Informações coletadas no site oficial do Coritiba Foot Ball Club. - <https://www.coritiba.com.br/>

12 Informações coletadas no site oficial do Paraná Clube. - <https://www.paranaclube.com.br/>

13 TO's = termo abreviado utilizado para Torcidas Organizadas.

maiores organizadas do estado, as torcidas, IAV, TFI e TOF, possuem comandos femininos. Entretanto, uma novidade chegou nas arquibancadas de grande parte dos clubes do país: Os coletivos de torcedoras exclusivamente femininos. Engajados com causas da mulher, os grupos que visam representatividade nas bancadas chegaram também aos estádios do Paraná. Em Curitiba, os três principais clubes da capital, Athletico Paranaense, Coritiba e Paraná Clube, possuem movimentos criados unicamente por mulheres.

4.4.1 Atleticaniússimas



Grupo de torcedoras do Clube Athletico Paranaense, o Atleticaniússimas foi criado em 2016 e firmou-se após um convite do próprio clube para uma reunião com as torcedoras. A interação que antes ocorria apenas em conversas online intensificou-se ao passar dos anos até a fundação oficial do coletivo. Dentro da Arena da Baixada, a maior concentração das membras do Atleticaniússimas em dias de partida acontece no setor inferior da Getúlio Vargas¹⁴.

4.4.2 Gurias do Couto



¹⁴ Informações retiradas do site <https://atleticaniússimas.com.br/>

Com intuito de unir torcedoras e criar um espaço para acolher mulheres dentro do Estádio Couto Pereira, surgiu em 2019¹⁵, o movimento feminino Gurias do Couto. Criado por torcedoras do Coritiba Foot Ball Club, a ideia do coletivo levantou-se após uma denúncia de assédio que ocorreu dentro do estádio. As integrantes do Gurias do Couto em maior parte reúnem-se no primeiro anel do setor Renato Follador Jr. nos dias de jogo.

4.4.3 Galhas da Vila



A partir da ideia de quatro torcedoras do Paraná Clube, o coletivo feminino Galhas da Vila surge em 2019. Aberto para qualquer torcedora, o grupo surgiu com o objetivo de fazer com que mulheres possam acompanhar os jogos do clube sem medo e com tranquilidade¹⁶. Dentro do estádio, as Galhas da Vila concentram-se majoritariamente nos setores Curva Norte e Reta do Relógio.

¹⁵ Informações retiradas do site <https://redecoxa.com.br/parceiros/gurias-do-couto/>

¹⁶ Informações retiradas da matéria "És o fruto de luta e união: por voz nos estádios, torcedoras do Paraná se unem no "Galhas da Vila" por Luana Kaseker para a Gazeta do Povo. - <https://www.gazetadopovo.com.br/esportes/parana-clube/torcedoras-do-parana-clube-criam-o-galhas-da-vila/>

5 JORNALISMO: ESPORTIVO E DIGITAL

Como segmento jornalístico deste trabalho, é importante entender as origens do jornalismo esportivo e algumas de suas características. Segundo Silveira (2009), o primeiro jornal esportivo a surgir foi o *Journals des Haras* criado no de 1828, em Paris, na França. Seguido pelo primeiro diário esportivo *Sportman*, fundado em 1852, na Inglaterra. A criação desses veículos se deu devido a ampliação das notas nos jornais, sobre os esportes mais praticados naquela época. Com essa expansão, passaram a ser escritas não apenas notas, mas artigos. A onda de crescimento da editoria no impresso acabou impulsionando algum tempo depois, a inserção do jornalismo esportivo em outras mídias.

Coelho (2003), explica que o esporte passou a fazer aparições no jornalismo brasileiro, no início do século XX, devido a popularidade dos clubes de remo. Clubes esses, que também foram responsáveis pela criação de grandes clubes de futebol do país, como o Clube de Regatas Flamengo e o Clube de Regatas Vasco da Gama, ambos do Rio de Janeiro. Com esse tipo de cobertura, o jornalismo esportivo passou a tomar forma e a ganhar tímidos espaços nos veículos da época, mas ainda não havia relevância para superar outras editorias.

Nos primeiros anos de cobertura era assim. Pouca gente acreditava que o futebol fosse assunto para estampar manchetes. A rigor, imaginava-se que até mesmo o remo, o esporte mais popular do país na época, jamais estamparia as primeiras páginas de jornal. Assunto menor. Como poderia uma vitória nas raias – ou nos campos, nos ginásios, nas quadras – valer mais do que uma importante decisão sobre a vida política do país? Não, não poderia, mesmo que movesse multidões às ruas em busca de emoções que a vida cotidiana não oferecia. (COELHO, 2003, p.07-08)

Com a popularização do futebol na década de 1930, surge na mesma época, o primeiro jornal dedicado somente à cobertura de esportes no Brasil, o *Jornal dos Sports*. Porém, foi nos anos 60 que o segmento se fortaleceu. “De todo jeito, a partir da segunda metade dos anos 60, com cadernos esportivos mais presentes e de maior volume, o Brasil entrou na lista dos países com imprensa esportiva de larga extensão.” (COELHO, 2003, p.10)

Barbeiro e Rangel (2006) mostram que a linguagem do esporte dentro do jornalismo nunca teve uma origem definida e seu estilo surgiu de tentativas erradas e certas. O autor conta que em 1923, ano que marcou o começo das

transmissões esportivas em rádios, a linguagem adotada por locutores, por exemplo, era a emoção. Já nos anos 50, o que se destacava no meio esportivo jornalístico eram as prosas e crônicas estampadas em jornais impressos. Posteriormente, nos anos 80 e início dos anos 90, o jornalismo esportivo passou a receber um tom mais engessado.

No Brasil, a primeira transmissão de uma partida na televisão aconteceu em 1950. A TV Tupi exibiu em 15 de outubro daquele ano, o jogo entre São Paulo e Palmeiras que ocorreu no Estádio Pacaembu. (SILVEIRA, 2009)

Atualmente, os principais veículos do Brasil possuem uma área dedicada somente ao esporte. Os jornais Folha de São Paulo e O Globo, e a revista Veja são exemplos de canais de comunicação que possuem uma sessão especial da editora. Na TV, também é possível encontrar programas exclusivos para falar sobre assunto. O Globo Esporte, programa de esportes da Rede Globo, está no ar desde 2005. Barbeiro e Rangel (2006) explicam que “hoje, a linguagem jornalística esportiva está bem caracterizada de veículo para veículo”. (BARBEIRO E RANGEL, 2006, p.55)

O jornalismo digital surgiu na década de 1990, com o avanço da internet e a popularização dos computadores. Conde (2018) descreve que a disseminação da internet e o desenvolvimento da tecnologia móvel, como celulares, provocou uma transformação no comportamento social e na comunicação. Mas essa não é a primeira mudança. Desde o início do século XX, o jornalismo sofre mutações e passa pelo surgimento de novos formatos.

No início da prática jornalística no meio digital, há mais de 20 anos, a estrutura narrativa não trazia novidade. A linguagem era a mesma do jornalismo impresso (escrita e fotográfica); apenas se reproduzia o que os jornais já haviam publicado. A linguagem do jornalismo no ambiente digital está ainda em transformação, na medida em que as organizações midiáticas estão percebendo os potenciais do meio e aproveitando as características para criar novas maneiras de contar histórias. (BACCIN, 2007, p.91-92)

Conde (2018) explica também que algumas décadas atrás, a produção de informações era feita de outro modo comparado aos dias de hoje. Os conteúdos circulavam de maneira periódica ou com a mesma instância de outros meios como

o rádio e a TV. Atualmente na internet, a circulação ocorre de forma contínua e instantânea.

As atividades jornalísticas desenvolvidas no ciberespaço ou com ferramentas disponibilizadas nesse ambiente, caracterizam o ciberjornalismo. Na estrutura tecnológica disponível no ciberespaço, é possível explorar jornalisticamente a interatividade, e multimidialidade, e hipertextualidade, a personalização, a atualização contínua e a memória... (CONDE, 2018, p.33-34)

Ferrari (2010) indica que em 1995 surgiu o primeiro site jornalístico brasileiro, uma versão eletrônica do Jornal do Brasil, que foi seguida pela criação dos sites do jornal O Globo e da Agência Estado.

No esporte, com o jornalismo digital e o jornalismo esportivo consolidados, Silveira (2009) mostra que a vertente esportiva digital brasileira surge em 1997, com o site da revista esportiva Lance!. A partir da sua introdução na internet, o jornalismo esportivo então passa a exercer também um novo papel, e acaba se tornando uma espécie de ponte entre entidades, clubes e torcedores que permanece até os dias de hoje.

São através dos portais da web que as federações, os clubes mantêm contato com seus aficionados. Nesses portais encontramos notícias, bem como serviços aos torcedores e esportistas. Na maior parte das vezes, esse site é mantido pela assessoria de imprensa do clube, que possui um setor de comunicação exclusivo. (SILVEIRA, 2009, p. 76)

Voltando ao tema jornalismo digital. Essa vertente jornalística possui diferentes tipos de abordagens de narrativa. Como explica Essenfelder (2017), as origens dos estudos sobre narrativas em um contexto geral aparecem ainda na Antiguidade Clássica com o filósofo Aristóteles. Ele aponta que a narratologia é uma teoria interdisciplinar que estabelece relações com a literatura, a linguística, comunicação e o jornalismo. Dentro do jornalismo online é possível explorar alguns tipos de narrativas, uma delas, a de formato longo, escolhida para esse projeto, e que veremos a seguir.

5.1 FORMATO LONGFORM

De maneira objetiva, o formato *longform* sempre foi designado no jornalismo por sua profundidade. Medina e Leandro (1973), entendem a grande reportagem

como um produto composto pelo aprofundamento do tema, abordagem de antecedentes, contextualização e humanização do assunto.

O *longform* tem características únicas. Como aponta Baccin (2017), a dimensão, recursos técnicos e elementos de qualidade são marcas próprias deste formato, proporcionando assim uma pluralidade textual e um método de exploração em campo multimídia. Longhi (2014), afirma que o jornalismo *longform* não é apenas um texto longo. A extensão do texto indica apuração e eventualmente qualidade, aplicados do jornal impresso.

Antes aplicado no impresso, o *longform* também acabou se adaptando ao jornalismo digital e evoluindo às novas tecnologias e tendências. Com o surgimento de novos formatos de conteúdo, como vídeos, players de áudio e infográficos interativos, os elementos passaram a integrar a narrativa nas plataformas. Então quando falamos da aplicação para web, um traço característico deste formato é a multimedialidade. Palácios (2003), explica a finalidade desse recurso dentro do jornalismo digital:

No contexto do jornalismo online, multimedialidade, refere-se à convergência dos formatos das mídias tradicionais (imagem, texto e som) na narração do fato jornalístico. A convergência torna-se possível em função do processo de digitalização da informação e sua posterior circulação e/ou disponibilização em múltiplas plataformas e suportes, numa situação de agregação e complementaridade. (PALÁCIOS, 2003, p. 3)

Conforme apontado por Becker (2012), em citação a Barbero (2001), os conteúdos audiovisuais e seus aspectos tecnológicos e culturais são constituídos por uma hibridização de tecnicidade e visualidade. Essa técnica permite a habilidade de criação, argumentação, expressão, comunicação, além de ver, ouvir, ler e produzir novas formas de linguagem.

A partir dos conceitos apresentados, constata-se o formato *longform* como o método adequado para explorar no campo jornalístico o tema proposto neste trabalho sendo um dos intuitos iniciais desta reportagem o aprofundamento e exploração do tema. Como explica Becker (2012), as reportagens mais contextualizadas e inventivas “são uma ação de resistência ao imediatismo e à velocidade dos fluxos de informação que tendem a esvaziar os valores simbólicos das notícias.” (BECKER, 2012, p.237)

Falando da aplicação das técnicas apontadas do formato longo, o aprofundamento textual quando colocado na reportagem temática de coletivos de torcedoras visa trazer informação detalhadas para compreensão da discussão. Barbeiro e Rangel (2006) explicam que se prioriza em reportagens esportivas, a utilização de diversos tipos de linguagem, como fotografias, artes e outros. Por isso, os conteúdos de mídia acabam tornando o texto em algo visível trazendo um toque de realidade e também humanização dentro do produto final.

6 DESCRIÇÃO DO PRODUTO

O presente trabalho apresenta uma reportagem *longform* sobre os coletivos femininos dos três principais clubes da cidade de Curitiba, e através dessa narrativa debater sobre presença das mulheres nos estádios e vivências como torcedoras de futebol. A produção conta a história de surgimento dos coletivos Atleticaníssimas (Athletico-PR), Gurias do Couto (Coritiba) e Gralhas da Vila (Paraná Clube) explorando os diversos campos de atuação desses grupos e como eles atuam para mudar o cenário atual nas arquibancadas. Para tornar o objetivo em um formato visível, foram usados diferentes elementos midiáticos na narrativa como fotos, vídeos e áudio.

Os parágrafos a seguir trazem as técnicas jornalísticas utilizadas durante o processo de elaboração da reportagem.

6.1 PRÉ PRODUÇÃO

Na etapa de pré-produção foram realizadas pesquisas bibliográficas para sustentação teórica do trabalho. A compreensão de temas como o impacto do futebol na sociedade e o caminho das mulheres para chegar ao esporte são de extrema importância para esse projeto. Tais tópicos foram aprofundados através da leitura de artigos, livros e revistas

O período de pesquisa é também outro momento importante na realização de uma reportagem. König (2019) indica que “A pesquisa é o instrumento usado para chegar a novos conhecimentos, para descobrir algo ainda desconhecido”. (KÖNIG, 2019, p.154).

Na concepção de pesquisa aplicada ao jornalismo o autor comenta que:

Na comunidade científica, *pesquisar* significa utilizar um processo metodológico de investigação em busca de respostas para um problema de interesse social. Com frequência, o jornalismo utiliza técnicas similares aos métodos científicos para produzir seu conteúdo noticioso. (KÖNIG, 2019, p.154)

Incluindo neste processo inicial, para além da pesquisa, está a criação da pauta que busca reunir informações iniciais e personagens para a reportagem. Barbeiro e Rangel explicam: “A pauta é o início de uma boa reportagem. Ela diz

ao repórter o que está acontecendo, onde e quem deve ser entrevistado” (BARBEIRO E RANGEL, 2006, p. 24)

König (2019) ressalta que alguns passos importantes para o início de uma reportagem são:

preparar uma lista de fontes, desenvolver critérios para definir o que venha a ser uma prova, decidir sobre as técnicas a serem usadas na investigação, criar um calendário para organizar as etapas de produção, elaborar um orçamento para desenvolver a pauta. (KÖNIG, 2019, p.139-140)

Ainda sobre pauta, König (2019) define que este é o momento ideal para realizar uma avaliação prévia do assunto que será abordado, pensar na viabilidade e definir os objetivos e técnicas que serão usadas para adquirir as informações. “Quanto mais bem estruturada for a pauta, maiores serão as chances de a investigação dar bons resultados.” (KÖNIG, 2019, p.142)

Conforme Lage (2006), “poucas matérias jornalísticas originam-se integralmente da observação direta” (LAGE, 2006, p. 21). Sobre isso, o autor explica que a maior parte dos conteúdos fazem uso de informações providas de instituições e pessoas que vivenciaram um fato. Segundo ele, isso é o que chamamos de *fontes*.

Lage (2006) ainda especifica que: “É tarefa comum dos repórteres selecionar e questionar essas fontes, colher dados e depoimentos, situá-los em algum contexto e processá-los segundo técnicas jornalísticas”. (LAGE, 2006, p. 21)

Portanto, exerceu-se neste período o levantamento de fontes tidas como essências para compor e somar a história do produto final. Nesta etapa foi realizado o primeiro contato e agendamento com entrevistados.

6.2 PRODUÇÃO

O momento de produção de uma reportagem requer algumas etapas. São elas: coleta de dados, entrevistas, captação de imagens, checagem e produção do texto. (KÖNIG, 2019)

A etapa inicial de produção foi a de coleta de dados. Com fichamentos realizados ainda no processo anterior, procurou-se então um maior

aprofundamento nos tópicos no qual a reportagem havia sido dividida. A partir desse levantamento de informações foi possível escolher uma plataforma de hospedagem para começar a produção textual de alguns temas. O *Google Sites* foi escolhido pois oferece elementos que foram necessários para a realização da reportagem, como a incorporação prática de recursos de mídia.

Ao todo foram realizadas oito entrevistas. As primeiras entrevistas realizadas foram com as representantes dos coletivos da capital: Milene Szaikowski do *Atleticaníssimas*, Natália Oliveira do *Gurias do Couto* e Helen Brun do *Gralhas da Vila*. Três entrevistas iniciais foram realizadas de maneira presencial e prontamente gravadas na Arena da Baixada, Couto Pereira e Paraná Clube (sede da Avenida Kennedy). Outras três integrantes também foram ouvidas: Tassia Taina da Silva (*Atleticaníssimas*), Josiane Liz (*Gurias do Couto*) e Karine Bonato (*Gralhas da Vida*). Além das torcedoras, Leda Maria da Costa, pesquisadora de futebol, doutora em Literatura Comparada e mestre em Letras pela Universidade Estadual do Rio de Janeiro (UERJ) que foi referenciada neste trabalho, no capítulo sobre torcidas, também foi uma das fontes aplicadas na reportagem. Ela concedeu uma entrevista, essa de maneira online, para possibilitar uma ambientação do assunto mulheres nos estádios. A última entrevista foi concedida pela vereadora Maria Leticia Fagundes do Partido Verde (PV). A parlamentar é voz ativa na Câmara Municipal de Curitiba contra abusos sofrido por mulheres dentro dos estádios, também cedeu entrevista para falar sobre segurança das torcedoras. Devido viagens e agenda de Maria Leticia, a entrevista foi realizada de maneira online.

Após as entrevistas foi dado continuidade na produção textual. Outro trabalho exercido nesta etapa foi a transcrição de áudio. Com as informações adquiridas, foram desenvolvidos os textos que eram relacionados aos depoimentos.

Ainda durante a produção foram feitas as fotografias autorais usadas na reportagem. Juntamente às entrevistas, foram realizadas fotos das representantes dos três coletivos. Fotografias dos grupos *Atleticaníssimas* e *Gurias do Couto* foram produzidas em quatro dias diferentes, em que houve jogo das equipes de Athletico-PR e Coritiba. Como o Paraná Clube estava sem calendário e não entrou em campo durante esse processo da reportagem, não

foi possível realizar registros autorais do Gralhas da Vila. Nessa fase aconteceu também a coleta de outras imagens que foram usadas de forma creditada.

6.3 PÓS-PRODUÇÃO

Na última etapa que envolve a reportagem foi feita inicialmente edição das entrevistas. Como apontam Barbeiro e Rangel (2006), o processo de edição se trata da seleção e organização das informações dentro do produto final. A edição das entrevistas realizadas exigiu modificações como a realização de cortes e sincronização de áudio, essas realizadas no programa *Adobe Premiere*. Assim que finalizados foram os conteúdos foram adicionados na plataforma *YouTube* e incorporados na reportagem. A pós-produção trouxe também a edição em algumas imagens utilizadas, como a aplicação de cortes e efeitos realizada com o *Adobe Photoshop*. O tratamento de áudio foi outra atividade concluída, as mídias sonoras foram upadas através da plataforma *SoundCloud*.

Entre os ajustes finais estão também a relação de layout do produto final. Esse processo focou na formatação dentro da plataforma de publicação, na qual foi organizado o posicionamento dos textos, fotos, vídeos e outros elementos, como separadores e ícones de mídias sociais. Além de elementos visuais realizou-se ao fim da reportagem uma última revisão de texto e checagem de hiperlinks aplicados. A conclusão da pós-produção foi a publicação final da reportagem finalizada.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A relevância social é algo que está naturalmente atrelada ao jornalismo. Como explica Medina (1999), uma grande reportagem consegue instigar quando seus protagonistas são pessoas comuns que vivem lutas cotidianas. Introduzir uma narrativa que busca dar voz, é também reconstruir a esperança pois “contar uma boa história humana, afinal, é o segredo da reportagem”. (MEDINA, 1999, p.28)

No país em que o futebol está inserido diretamente no cotidiano de milhares de brasileiros, o esporte acaba se tornando um espaço para diversos tipos de manifestações. É neste ambiente também que muitas mulheres usam da união não só para serem ouvidas, como terem suas demandas amplificadas. Com esse pressuposto, este projeto buscou um olhar sobre uma causa cada vez mais crescente no nicho esportivo mais popular do Brasil. Para isso, nada melhor do que compartilhar experiências e ouvir mulheres que possuem essas vivências e atuam efetivamente para uma mudança do cenário atual. Nas arquibancadas de Norte a Sul, elas querem torcer com segurança e sem preocupações.

Conclui-se então que através deste projeto, o jornalismo também atua como aliado de um movimento tão importante. Assim, é possível não apenas alavancar pessoas que querem e precisam ser ouvidas, mas causar interesse e fazer com que o debate chegue a outras camadas da sociedade. Por meio desta proposta, acredita-se que o objetivo final foi atingido.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Daniela Torres de. **Lugar de mulher é no futebol: Dulce Rosalina e a representatividade feminina nas torcidas**. Orientadora: Diniz, Arianne Holzbach. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2019. Disponível em: <<https://app.uff.br/riuff/handle/1/16404>> Acesso em: 11. dez. 2022.

BACCIN, Aline. **A narrativa longform em reportagens hipermídia. Memória, credibilidade e questões contemporâneas**, Mato Grosso do Sul, v. 14, n.1, p. 89-101, 2017. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2017v14n1p89>> Acesso em: 25 nov. 2022.

BARBEIRO, Heródoto; RANGEL, Patrícia. **Manual do jornalismo esportivo**. São Paulo: Contexto, 2006.

BECKER, Beatriz. **Mídia e jornalismo como formas de conhecimento: uma metodologia para leitura crítica das narrativas jornalísticas audiovisuais**. Matrizes, vol. 5, núm. pp. 231-250. São Paulo, 2012. Disponível em: <<https://www.redalyc.org/pdf/1430/143023787012.pdf>>. Acesso em: 22. ago. 2023.

CAPELO, Rodrigo. **As mulheres ainda são minoria nos sócios torcedores dos clubes – e isso é péssimo**. Revista Época, 2016. Disponível em: <<https://epoca.oglobo.globo.com/vida/esporte/noticia/2016/10/mulheres-ainda-sao-minoria-nos-socios-torcedores-dos-clubes-e-isso-e-pessimo.html>>. Acesso em: 28. out. 2022.

CAPELO, Rodrigo. **Quais clubes têm mais mulheres entre sócios (e por que elas são bom negócio)**. Globo Esporte, 2015. Disponível em: <<https://ge.globo.com/blogs/especial-blog/dinheiro-em-jogo/post/quais-clubes-tem-mais-mulheres-entre-socios-e-por-que-elas-sao-bom-negocio.html>> Acesso em: 28. out. 2022.

COELHO, P. V. **Jornalismo esportivo**. São Paulo: Contexto, 2003.

CONDE, M. G. **Temas em jornalismo digital: histórico e perspectivas**. Curitiba: Intersaberes, 2018.

COSTA, L. M. **O que é uma torcedora?** notas sobre a representação e auto-representação do público feminino de futebol. Esporte e Sociedade, Niterói, ano 2, n. 4, nov. 2006/fev. 2007.

DAMATTA, Roberto e outros. **Universo do Futebol: Esporte e Sociedade Brasileira**. Rio de Janeiro: Pinakothèque, 1982. Disponível em: <<https://ia800602.us.archive.org/0/items/UniversoDoFutebolRobertoDaMatta/Univ%20erso%20do%20Futebol%20-%20Roberto%20DaMatta.pdf>>. Acesso em: 30. abr. 2023.

ECOTEN, M. C. F. **A Mulher no Espaço do Futebol: um estudo a partir de memórias de torcedoras coloradas**. Natal, 2013. Disponível em: <http://www.snh2013.anpuh.org/resources/anais/27/1364945588_ARQUIVO_AM_ULHERNOESPACODOFUTEBOL-UMESTUDOAPARTIRDEMEMORIASDEMULHERESCOLORADAS.pdf>. Acesso em: 12. abr. 2023.

ESSENFELDER, Renato. **Inovação Narrativa na Grande Reportagem de Internet**. Dossiê Temático Inovação no Jornalismo: escopo e percursos. São Paulo. v. 15, n. 1, p. 182-206, 2017. Disponível em: <<https://periodicos.ufba.br/index.php/contemporaneaposcom/article/view/21501>>. Acesso em: 22 ago. 2023.

FERRARI, P. **Jornalismo digital**. - 4. ed. São Paulo: Contexto, 2010.

FLORES, Felipe e outros. **Universo do Futebol: Esporte e Sociedade Brasileira**. Rio de Janeiro: Pinakothke, 1982. Disponível em: <<https://ia800602.us.archive.org/0/items/UniversoDoFutebolRobertoDaMatta/Univ%20do%20Futebol%20-%20Roberto%20DaMatta.pdf>>. Acesso: 30. abr. 2023.

GOELLNER, S. V. **Mulheres e futebol no Brasil: descontinuidades, resistências e resiliências**. Movimento, [S. l.], v. 27, p. e27001, 2021. DOI: 10.22456/1982-8918.110157. Disponível em: <<https://seer.ufrgs.br/index.php/Movimento/article/view/110157>> Acesso em: 11 dez. 2022.

GOELLNER, S. V. **Mulher e esporte no Brasil: entre incentivos e interdições elas fazem história**. Pensar a Prática, Goiânia, v. 8, n. 1, p. 85–100, 2005. DOI: 10.5216/rpp.v8i1.106. Disponível em: <<https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/87003>>. Acesso em: 11 dez. 2022.

GUIMARÃES, Julia. HONÓRIO, Rafael. PATANÉ. **Contra o machismo nos estádios, coletivos feministas se unem pelo Brasil e dão voz às arquibancadas**. Globo Esporte, 2020. Disponível em: <<https://ge.globo.com/programas/esporte-espetacular/noticia/contra-o-machismo-no-estadios-coletivos-feministas-se-unem-pelo-brasil-e-dao-voz-as-arquibancadas.ghtml>> Acesso em: 08. dez. 2022.

GURGEL, Anderson. **O futebol como agente da globalização**. Revista de Economia & Relações Internacionais, São Paulo, v. 6, n. 12, p. 48 – janeiro, 2008. Disponível em: <https://www.faaap.br/revista_faap/rel_internacionais/pdf/revista_economia_12.pdf#page=48>. Acesso em: 10. abr. 2023.

INSTITUTO PATRÍCIA GALVÃO, IPEC (INTELIGÊNCIA EM PESQUISA E CONSULTORIA). **Percepções sobre controle, assédio e violência doméstica: vivências e práticas**. [s.l.], 2022 Disponível em: <<https://dossies.agenciapatriciagalvao.org.br/dados-e-fontes/pesquisa/percepcoes-sobre-controle-assedio-e-violencia-domestica->

vivencias-e-praticas-instituto-patricia-galvao-ipeec-2022/> Acesso em: 30. out. 2022.

INTERNACIONAL se destaca com ações para as mulheres e vê aumento do público feminino no quadro de sócios. TNT Sports, 2021. Disponível em: <<https://tntsports.com.br/futebolbrasileiro/Internacional-se-destaca-com-acoes-para-as-mulheres-e-ve-aumento-do-publico-feminino-no-quadro-de-socios-20210309-0009.html>> Acesso em: 08. dez. 2022.

KÖNIG, Mauri. **Processo de produção jornalística.** Curitiba: InterSaberes, 2019.

LAGE, Nilson. **Teoria e técnica de reportagem, entrevista e pesquisa jornalística.** Rio de Janeiro: Record, 2006.

LONGHI, R. R. **O turning point da grande reportagem multimídia.** Revista FAMECOS, [S. l.], v. 21, n. 3, p. 897–917, 2015. DOI: 10.15448/1980-3729.2014.3.18660. Disponível em: <<https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/18660>>. Acesso em: 12 dez. 2022.

MÁXIMO, João. **Memórias do futebol brasileiro.** Estudos avançados, São Paulo, v.13, n.37, 1999. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/ea/a/BnXC4sQxVkjSMVpyxspfsxN/?lang=pt>>. Acessado em: 10. abr. 2023.

MEDINA, Cremilda. **Narrativas da contemporaneidade, caos e diálogo social.** in MEDINA, Cremilda, GRECO, Milton. Caminhos do Saber Plural: dez anos de trajetória. São Paulo, 1999. p. 23-36.

PALÁCIOS, M. **Jornalismo Online, Informação e Memória: apontamentos para debate.** p. 3. 2003. Disponível em: <http://facom.ufba.br/jol/pdf/2002_palacios_informacaomemoria.pdf> Acesso em: Acesso em: 22. ago. 2023

PATANÉ, Maria Clara. SOUZA, Anna Luísa. **Violência dificulta adesão feminina a programas de sócio-torcedor.** Veja Rio, 2022. Disponível em: <<https://vejario.abril.com.br/cidade/violencia-adesao-mulheres-socio-torcedor/>> Acesso em: 08. dez. 2022.

PERROT, M. **Mulheres Públicas.** São Paulo: Unesp, 1998.

PFISTER, G. **Líderes femininas em organizações esportivas – tendências mundiais.** Porto Alegre: Revista Movimento, v. 9, n. 2, mai.-ago. 2003. Disponível em: <<https://www.redalyc.org/pdf/1153/115317989002.pdf>> Acesso em: 11. dez. 2022.

REIS, Heloisa Helena Baldy dos. **Futebol e sociedade: as manifestações da torcida.** 1998. 164 f. Tese (Doutorado em Educação Física) – Faculdade de Educação Física, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 1998. Disponível em:

<[https://www.fef.unicamp.br/fef/pdf/posgraduacao/gruposdepesquisa/gef/Reis,Helo%C3%ADsaHelenaBalbydos%20\(doutorado\).pdf](https://www.fef.unicamp.br/fef/pdf/posgraduacao/gruposdepesquisa/gef/Reis,Helo%C3%ADsaHelenaBalbydos%20(doutorado).pdf)> Acesso em: 14. mar. 2023.

SILVA, E. M. da. **A mulher nos estádios: das plumas ao disfarce**. dObra[s] – revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda, [S. l.], v. 4, n. 9, p. 50–60, 2010. DOI: 10.26563/dobras.v4i9.206. Disponível em: <<https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/206>> Acesso em: 30. out. 2022.

SILVA, Márcia Veiga da. **Masculino, o gênero do jornalismo: um estudo sobre os modos de produção das notícias**. Orientadora: Fonseca, Virginia Pradelina da Silveira. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação, Porto Alegre, 2010. Disponível em: <<https://lume.ufrgs.br/handle/10183/25629>> Acesso em: 10. nov. 2022.

SILVEIRA, Nathália Ely da. **Jornalismo esportivo: conceitos e práticas**. Orientadora: Deus, Sandra de Fatima Batista de. Trabalho de conclusão de graduação - Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação - Departamento de Comunicação, Porto Alegre, 2009. Disponível em: <<https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/22683>> Acesso em: 06. dez. 2022.

SOBRINHO, J. C.; CÉSAR, I. H. **TORCIDAS ORGANIZADAS DE FUTEBOL: METAMORFOSES DE UM FENÔMENO DE MASSA**. Revista Inter-Legere, [S. l.], n. 3, 2013. Disponível em: <<https://periodicos.ufrn.br/interlegere/article/view/4774>>. Acesso em: 1. mai. 2023

APÊNDICES

Para o desenvolvimento do produto final, como apresentado no capítulo de introdução, foi realizado ainda na etapa inicial um levantamento de conteúdos publicados sobre a temática de coletivos de torcedoras. Foram pesquisadas e transformadas em uma tabela as matérias e reportagens, de alcance estadual e nacional sobre o tema para um diagnóstico de constatação da falta de um produto *longform*.

Matérias/reportagens dentro da temática em forma online por veículos de grande circulação no estado do Paraná e no Brasil:

Título da matéria ou reportagem	Veículo em que foi publicado	Link de acesso para a publicação	Ano
“Coletivos feministas conquistam melhorias para as mulheres dentro e fora dos estádios de futebol”	Uol	https://www.lance.com.br/fora-de-campo/dia-mulher-elas-explicam-porque-criaram-coletivos-mulheres-para-irem-aos-estadios.html	2019
“Contra o machismo nos estádios, coletivos feministas se unem pelo Brasil e dão voz às arquibancadas”	Globo Esporte	https://ge.globo.com/programas/esporte-espetacular/noticia/contra-o-machismo-no-estadios-coletivos-feministas-se-unem-pelo-brasil-e-dao-voz-as-arquibancadas.ghtml	2020
“Especial Dia da Mulher: elas explicam por que criaram coletivos femininos só para irem aos estádios”	Lance!	https://www.lance.com.br/fora-de-campo/dia-mulher-elas-explicam-porque-criaram-coletivos-mulheres-para-irem-aos-estadios.html	2021
“Elas só querem torcer. Movimentos femininos ocupam as bancadas da Baixada e do Couto.”	Gazeta do Povo	https://www.gazetadopovo.com.br/esportes/athletico/athletico-coritiba-movimentos-femininos/	2019
“És o fruto de luta e união: por voz nos estádios, torcedoras do Paraná se unem no “Gralhas da Vila”	Gazeta do Povo	https://www.gazetadopovo.com.br/esportes/parana-clubes/torcedoras-do-parana-clubes-criam-o-gralhas-da-vila/	2019

Matérias/reportagens dentro da temática em forma online por veículos independentes ou experimenta

Título da matéria ou reportagem	Veículo em que foi publicado	Link de acesso para a publicação	Ano
“Da arquibancada: as torcidas organizadas femininas”	Mídia Ninja Rede de comunicação livre que busca novas formas de produção e distribuição de informação a partir da tecnologia e de uma lógica colaborativa de trabalho.	https://midianinja.org/copafemininja/da-arquibancada-as-torcidas-organizadas-femininas/	2019
“O crescimento dos coletivos femininos no futebol e a presença feminina nas arquibancadas”	A Jornalismo Júnior Empresa júnior formada por alunos de jornalismo da Escola de Comunicações e Artes da USP (ECA-USP).	http://jornalismojunior.com.br/movimentos-femininos-no-futebol/	2021
“Os movimentos femininos no futebol provam que o lugar da mulher é nos estádios... E onde ela quiser”	Contra Ponto Digital Site experimental de jornalismo da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP).	https://contrapontodigital.pucsp.br/noticias/os-movimentos-femininos-no-futebol-provam-que-o-lugar-da-mulher-e-nos-estadios-e-onde-ela	2021
“Torcedoras de Flamengo e Vasco contam sobre a vivência das mulheres nos estádios do Rio”	Brasil de Fato Site de notícias e radioagência.	https://www.brasildefato.com.br/2022/04/07/torcedoras-de-flamengo-e-vasco-contam-sobre-a-vivencia-das-mulheres-nos-estadios-do-rio	2022

ANEXOS



AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM E ÁUDIO

Pela presente declaração, eu MILENE FÁTIMA SZAROWSKA
portador do RG: 6.307.542-6, autorizo o uso da minha imagem e/ou
declarações para o uso exclusivamente em fins acadêmicos na área do jornalismo, concedidas para o
estudante FERNANDA HILKNER MATTOS GUEDES em seu Trabalho de Conclusão de Curso de Jornalismo do
Centro Universitário Internacional Uninter.

Amélie, 15 de julho de 2023.


Assinatura



AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM E ÁUDIO

Pela presente declaração, eu Natalia de Oliveira
portador do RG: 12606494 - 2, autorizo o uso da minha imagem e/ou
declarações para o uso exclusivamente em fins acadêmicos na área do jornalismo, concedidas para o
estudante FERNANDA HILKNER MATTOS GUEDES em seu Trabalho de Conclusão de Curso de Jornalismo do
Centro Universitário Internacional Uninter.

Curitiba, 22 de julho de 2023.

Natalia de Oliveira

Assinatura



AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM E ÁUDIO

Pela presente declaração, eu Kelen Cristine Brun Cortiano
portador do RG: 74135714, autorizo o uso da minha imagem e/ou
declarações para o uso exclusivamente em fins acadêmicos na área do jornalismo, concedidas para o
estudante FERNANDA HILKNER MATTOS GUEDES em seu Trabalho de Conclusão de Curso de Jornalismo do
Centro Universitário Internacional Uninter.

Curitiba, 31 de julho de 2023.

A handwritten signature in blue ink, consisting of several loops and a long horizontal stroke, positioned above a solid horizontal line.

Assinatura