



Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação  
XXII Prêmio Expocom 2015 – Exposição da Pesquisa Experimental em Comunicação

## **Gloss Futebol Clube: um bate papo feminino sobre futebol nas ondas da webrádio <sup>1</sup>**

Alessandra da Conceição ALVES<sup>2</sup>

Júlia CABRAL Coutinho Falcão<sup>3</sup>

Danielle Martins CAMPEZ<sup>4</sup>

Monique Camargo TORQUETTI<sup>5</sup>

Nathália Silva FIUZA<sup>6</sup>

Taíssa de FARIA Pereira<sup>7</sup>

Thamiris Aline PRADO<sup>8</sup>

Nair PRATA<sup>9</sup>

Universidade Federal de Ouro Preto, Ouro Preto, MG

### **RESUMO**

O *Gloss Futebol Clube* é um dos projetos da Rádio Plural, webrádio do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Ouro Preto. A rádio está no ar desde o segundo semestre de 2014 e é inteiramente desenvolvida por alunos de graduação da Instituição, com orientação da professora Nair Prata. O programa em questão tem como diferencial a produção e apresentação ao vivo, exclusivamente feita por mulheres, todas alunas do curso, do 3º ao 6º período. O intuito do Gloss FC é a desconstrução da narrativa socialmente incorporada de que apenas homens são aptos a discutir e pensar sobre as diversas esferas do futebol. No programa, há um bate-papo opinativo entre as locutoras acerca de assuntos que são destaque do dia no mundo do futebol, cobrindo tanto o as informações nacionais, quanto as internacionais.

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XXII Prêmio Expocom 2015, na Categoria Programa laboratorial de áudio (avulso ou seriado), modalidade RT 01.

<sup>2</sup> Aluna do 7º semestre do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP) e coordenadora geral da Rádio Plural. [alessandraalvesmg02@gmail.com](mailto:alessandraalvesmg02@gmail.com)

<sup>3</sup> Líder do grupo e aluna do 5º semestre do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP). [julia.cabral.cf@gmail.com](mailto:julia.cabral.cf@gmail.com)

<sup>4</sup> Aluna do 6º semestre do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP). [daniellecampez@gmail.com](mailto:daniellecampez@gmail.com)

<sup>5</sup> Aluna do 6º semestre do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP). [monique.torquetti@live.com](mailto:monique.torquetti@live.com)

<sup>6</sup> Aluna do 3º semestre do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP). [nathaliafiuza14@gmail.com](mailto:nathaliafiuza14@gmail.com)

<sup>7</sup> Aluna do 3º semestre do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP). [taissa\\_faria@hotmail.com](mailto:taissa_faria@hotmail.com)

<sup>8</sup> Aluna do 4º semestre do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP). [thamirisprado25@gmail.com](mailto:thamirisprado25@gmail.com)

<sup>9</sup> Orientadora do trabalho. Jornalista (UFMG), doutora em Linguística Aplicada (UFMG), professora do curso de Jornalismo e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Temporalidades da Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP), diretora Regional Sudeste da Intercom, diretora administrativa da Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia (Alcar), membro do Grupo de Pesquisa Convergência e Jornalismo (Conjor). [nairprata@uol.com.br](mailto:nairprata@uol.com.br)



**PALAVRAS-CHAVE:** WEDRADIO; JORNALISMO ESPORTIVO; FUTEBOL; MULHER.

## **1 INTRODUÇÃO**

O rádio e o futebol são, há muitas décadas, não só dois produtos de massa muito importantes na história midiática brasileira, como também grandes aliados. Essa parceria se deu desde o período de maior ascensão do rádio no país, com a primeira narração detalhada de uma partida, na Rádio Educadora Paulista, em Julho de 1931 (PROVENZANO, 2009) e anos depois, com a primeira transmissão de uma Copa do Mundo, na França, em 1938 - já no princípio da Era de Ouro do rádio no Brasil.

Vale lembrar que na época da primeira conquista brasileira em Copas do Mundo, em 1958, o rádio era o meio de comunicação de massa mais importante, enquanto a televisão começava a se desenvolver, ganhar espaço e gerar concorrência (ORTRIWANO, 1985). Desde então, mesmo com a chegada dos outros meios de comunicação que dividem hoje a audiência com o rádio e se somam a este - como é o caso das webrádios, que são outra maneira de manter esse formato vivo - o futebol sempre foi uma parte importante nas programações das grandes emissoras brasileiras. Até hoje é comum encontrar um torcedor que prefere ouvir as partidas pelo rádio a vê-las na televisão.

A participação das mulheres na programação radiofônica teve início no período dos programas de auditório e, principalmente, com as radionovelas na década de 40. Já no radiojornalismo esportivo, essa inserção aconteceu na década de 70, com jornalistas como Germana Garilli, em São Paulo e Rita Daudt, no Rio Grande do Sul (PROVENZANO, 2009), sendo as primeiras repórteres em campo em partida de futebol no Brasil. Logo em seguida, em 1971, a paulista Rádio Mulher formou uma equipe somente de mulheres para cobrir eventos esportivos (BARBAT, 2010).



Com o aumento do público feminino nas arquibancadas dos estádios, é normal que cada dia mais se veja mulheres nos programas esportivos, não só no rádio, como em todos os meios de comunicação, e que elas ganhem espaço não apenas para marcarem presença, mas também para opinar e se mostrarem tão competentes quanto os homens.

O *Gloss Futebol Clube* é um programa da Rádio Plural e foi elaborado juntamente com o projeto da emissora, buscando inovação e outras opiniões sobre o futebol: a visão e a posição da mulher. A Rádio Plural começou como um projeto laboratorial do curso de Jornalismo, na Universidade Federal de Ouro Preto, e está no ar desde o segundo semestre de 2014. O programa foi muito bem recebido pelo público da Rádio Plural, e devido a isso, cresceu em diversas perspectivas. O programa, ao longo do tempo, têm se aproximado cada vez mais do formato opinativo, de roda de conversa, se afastando do formato mais informativo e convencional.

## 1.1 RÁDIO PLURAL

A Rádio Plural é um projeto da professora do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP) Nair Prata que, desde 2013, oferece uma disciplina eletiva intitulada Webradio, com o objetivo inicial de criar e iniciar as transmissões da emissora e, depois, capacitar a equipe e orientar os trabalhos.

A equipe é formada hoje por quase 50 alunos voluntários e dois bolsistas, que se dividem nas funções de coordenação geral, coordenação artística e de jornalismo, produção, locução, ancoragem e apresentação dos programas da rádio. Com atrações que veiculam esportes, notícias e entretenimento, a programação da emissora começa às 8h e termina às 22h. A Plural conta com um estúdio projetado exclusivamente para a realização das atividades radiofônicas, além do estúdio base para as gravações e edição dos programas. A



Rádio Plural é a primeira iniciativa do curso de Jornalismo para criação de um veículo laboratorial que funciona nos moldes de um modelo de mercado.

A emissora funciona nas dependências do Instituto de Ciências Sociais Aplicadas (ICSA) da Universidade Federal de Ouro preto (UFOP), rua do Catete, 166, em Mariana, Minas Gerais.

## **2 OBJETIVO**

O rádio esportivo brasileiro tem sido cenário predominantemente masculino ao longo das décadas, com pouca inserção de mulheres em suas programações. Nos últimos anos, especialmente na televisão, é possível ver uma maior participação feminina em programas esportivos, mas raramente são elas que comentam, opinam ou narram esses eventos, ficando, então, com o papel de apresentadoras, ou seja, coadjuvantes da emissão.

O programa *Gloss Futebol Clube* tem como objetivo, desde a sua criação, mudar esse cenário. Utilizando-se da percepção feminina para comentar os acontecimentos do mundo do futebol, o projeto oferece ao público da Rádio Plural uma variedade ampla e diversificada de opiniões e, ao mesmo tempo, desconstrói o senso comum de que apenas os homens, devido a uma cultura instituída, têm conhecimento suficiente para entender e discutir futebol.

## **3 JUSTIFICATIVA**

Apesar de existir em nosso país um exemplo feminino de destaque no âmbito do futebol, a jogadora Marta - premiada cinco vezes pela entidade máxima do esporte como a



melhor jogadora do mundo - ainda é evidente o preconceito e a falta de conhecimento geral sobre a participação do público feminino no mundo da bola.

A presença feminina nos estádios brasileiros é um claro exemplo desse cenário. Embora a participação das mulheres nos jogos tenha aumentado, principalmente após a Copa do Mundo realizada no Brasil, em 2014, a porcentagem de frequentadoras comparada ao público masculino é muito inferior (JORNAL FOLHA DA TERRA, 2015). Além de não ser raro encontrar situações em que homens criticam ou subjugam comentários de mulheres sobre futebol, suas análises críticas, a presença feminina na mídia esportiva e até o comparecimento aos estádios.

Por esses motivos, a apresentação do programa, constituída por mulheres estudantes de Comunicação, buscam por meio desse projeto desconstruir o mito de que o futebol é um esporte masculino, romper preconceitos acerca da capacidade feminina de compreender o assunto e ainda estimular a participação das mulheres no esporte, mostrando que o futebol foi feito para todos.

#### **4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS**

Diariamente, três alunas da equipe – composta, em sua totalidade, por seis integrantes-, conduzem o programa. Todas comentam os assuntos propostos, e uma delas cumpre, simultaneamente, o papel de mediadora.

Inicialmente, o projeto se voltava à um formato convencional e informativo, atendendo aos modelos comumente encontrados nos mídias tradicionais esportivas. No entanto, buscando criar identidade e desenvolver conceitos que credenciem o ouvinte a encontrar aspectos diferenciais em nosso trabalho, foram criados dois quadros, que são veiculados duas vezes na semana.



Às terças-feiras, o quadro *Na Banheira* tem como proposta reunir o viés cômico do esporte com um toque de crítica à hegemonia masculina dentro e fora dos gramados. Além disso, busca retratar assuntos descontraídos que acabam por resvalar no futebol, mas que não estão necessariamente ligados aos jogos.

Às sextas-feiras, vai ao ar o quadro *Jogo Gloss da Rodada*, no qual a apresentadora do quadro aponta qual será, segundo a equipe do programa, o jogo de mais destaque do fim de semana, válido pela série A do Campeonato Brasileiro, principal competição entre clubes do futebol nacional. Nesse momento será feita uma análise do confronto, podendo ter uma análise histórica ou dados atuais, estatísticas, comparações entre jogadores, etc.

Os temas que pautam as edições são selecionados e desenvolvidos de forma flexível e democrática entre todas as integrantes do programa, de modo que as divisões da apresentação ao longo da semana não interfiram na integralidade e no ideal do projeto. São assuntos relevantes na programação do *Gloss F.C.* os destaques dos jogos e os consequentes desdobramentos das partidas, além das prévias dos embates que ainda serão disputados, dissertando sobre os fatores que podem contribuir para potenciais desempenhos e resultados das equipes. Além disso, assuntos relacionados a Federações, torcidas organizadas, compra e venda de jogadores, punições às equipes, e demais questões que ultrapassam os limites do campo, mas ainda refletem de maneira expressiva dentro dele, também ganham espaço nos debates diários do programa.

## **5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO**

O programa vai ao ar de segunda a sexta-feira, das 18h20 às 19h00, pela Rádio Plural, webradio do curso de Jornalismo da UFOP, com transmissão pelo endereço [www.radioplural.ufop.br](http://www.radioplural.ufop.br).



Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação  
XXII Prêmio Expocom 2015 – Exposição da Pesquisa Experimental em Comunicação

As atividades do *Gloss Futebol Clube* são realizadas exclusivamente pela equipe de alunas, juntamente com a coordenação da Rádio Plural, de maneira que todas tenham liberdade e responsabilidade para desenvolver e acrescentar as pautas e discussões do dia.

O *Gloss Futebol Clube* tem como slogan “Um bate papo feminino sobre o mundo da bola”. A escolha foi feita pensando propriamente em enfatizar o ponto forte do projeto: a participação efetiva das mulheres na criação dos debates acerca de assuntos relacionados ao futebol. Além disso, a frase destaca a dualidade do programa, que é justamente falar de um assunto socialmente aceito e tomado como masculino, com a percepção particular e sensibilizada das mulheres, sem abdicar do compromisso com a informação e a integridade dos discurso.

A logomarca do projeto é composta por uma bola, símbolo maior do futebol, assinalada por uma marca de batom, fazendo alusão ao nome e ao caráter do programa. A logomarca lembra ainda um escudo de time de futebol, tendo gravado o nome *Gloss Futebol Clube*, reforçando a ideia de equipe das integrantes do programa.



Para divulgar o trabalho na internet e potencializar o contato com o público, foi criada uma página no Facebook com o nome do programa: [www.facebook.com/glossfc](http://www.facebook.com/glossfc). Na rede social, além de convidar os internautas a ouvirem o programa, são veiculados vídeos promocionais totalmente produzidos pelas apresentadoras, fotos, notícias e novidades sobre o projeto. A página tem o intuito de buscar a aproximação com o ouvinte e dar mais identidade para o programa e também para as apresentadoras, colocando rostos nas vozes, e ainda estimular o debate sobre assuntos polêmicos do mundo do futebol e recolher opiniões dos ouvintes sobre o desempenho do programa.



Tem sido intensa a resposta do público ao *Gloss F.C.*: as pessoas participam, querem também dar suas opiniões e interagem pelas redes sociais. O programa tem sido apontado como um dos responsáveis, junto com o *Esporte Plural*, por causar falhas e até interrupções do *software* da emissora, que não permitia mais de uma centena de ouvintes simultâneos. Com isso, a rádio migrou de um servidor privado para o Núcleo de Tecnologia





da Informação da UFOP e, a partir daí, o programa passou a ser transmitido sem problemas de natureza técnica.

## 6 CONSIDERAÇÕES

O propósito do *Gloss Futebol Clube* é apresentar a voz e a opinião feminina no futebol, trabalho que vem sendo desempenhado desde a estreia da Rádio Plural. A aceitação foi plenamente satisfatória, por se tratar de uma novidade no mundo das webrádios. Por parte das apresentadoras, a experiência adquirida tem sido de grande valia, considerando a restrição de oportunidades mercadológicas, ainda na graduação, para alunos de universidades localizadas no interior do país.

Estabelecer uma relação precoce entre a experiência profissional e a academia, haja vista os entraves do mercado de trabalho e a concorrência do campo de atuação, é um dos pilares que mantém o projeto solidificado. Oferecer suporte teórico e técnico a quem se disponha a desenvolver de maneira competente e flexível as oportunidades laboratoriais e pessoais do *Gloss F.C.* se faz também um dos propósitos do projeto.

Por fim, é importante destacar que a intensa participação do público dá a dimensão dos rumos tomados pelo programa e das grandes possibilidades que estão abertas.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ORTRIWANO, G. S. **A Informação no Rádio**: os Grupos de Poder e Determinação dos Conteúdos. São Paulo: Summus, 1985.

BARBAT, A. L. M. **A Participação Feminina no Radiojornalismo Esportivo de Santa Maria**. Santa Maria: UNIFRA, 2010.



Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação  
XXII Prêmio Expocom 2015 – Exposição da Pesquisa Experimental em Comunicação

PROVENZANO, B. A Participação das Mulheres no Radiojornalismo Esportivo no Rio Grande do Sul. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 32., 2009, Curitiba. **Anais...** Curitiba: INTERCOM, 2009, P. 2-7.

JORNAL FOLHA DA TERRA. Clubes querem incentivar presença feminina nos estádios. Disponível em: <<http://www.jornalfolhadaterra.com.br/clubes-querem.../>> Acesso em: 6 maio 2015.