

A Representação do Futebol Feminino no Jornalismo Esportivo¹

Ana Clara Schneider RIBEIRO²
Andressa Ferreira DALENOGARE³
Marco BONITO⁴
Universidade Federal do Pampa, São Borja, RS

RESUMO

O tema deste artigo teve a sua delimitação centrada no objeto ‘a mulher jogadora de futebol’, a partir de uma inquietação quanto a sua representação na mídia impressa, e da intenção de se chegar a respostas, via pesquisa exploratória e de contextualização, na modalidade quali-quantitativa, à questão: “Em qual contexto e o que há já pesquisado sobre jornalismo esportivo feminino no Brasil?”. O seu objetivo primeiro foi discutir sobre como a mídia impressa representa a mulher jogadora de futebol ao público leitor, partindo-se da especificidade: realizar uma pesquisa em repositórios de pesquisa, como base conceitual para o estudo. Os resultados foram: o discurso tradicional, que expressava feminilidade, vem sendo substituído pela expressão do seu esforço e competência e poderá dar destaque a mesma, se o jornalismo esportivo tratar com maior seriedade os interesses das organizações do futebol e seu público, dando-lhe espaço significativo.

Palavras-chave: Mulher; Jogadora de Futebol; Mídia Impressa; Jornalismo Esportivo.

INTRODUÇÃO

Este artigo teve como objeto de estudo ‘a mulher jogadora de futebol’, sendo que o seu delineamento se deu a partir de uma inquietação que tínhamos, quanto à representação da mulher jogadora de futebol, na mídia impressa. Priorizando a abordagem exploratória, a fim de dar concretude ao tema, através da pesquisa de contextualização do tipo quali-quantitativa,

¹ Trabalho apresentado na DT/IJ, do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 20 a 22 de junho de 2019.

² Graduanda do Curso de Jornalismo na Universidade Federal do Pampa - UNIPAMPA, Campus São Borja (RS), contatoanaclararibeiro@gmail.com

³ Graduanda do Curso de Jornalismo na Universidade Federal do Pampa - UNIPAMPA, Campus São Borja (RS), andressa.daleno@gamil.com

⁴ Orientador do Trabalho: Prof. Marco Bonito; Doutor em Processos Comunicacionais pela Unisinos e Mestre em Cultura Midiática pela UNIP, Professor do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Pampa - Unipampa, e-mail: marcobonito@unipampa.edu.br. Repositório científico: www.marcobonito.academia.edu. Redes sociais: @marcobonito.

buscamos (re)conhecer os dados, tomar posicionamento e, posteriormente, cruzá-los com a bibliografia, encontrando relações entre o objeto de pesquisa e o problema identificado.

O objetivo primeiro deste estudo foi discutir sobre como a mídia impressa representa a mulher jogadora de futebol ao público leitor. Para tanto, partimos das especificidades de: realizar uma pesquisa exploratória em repositórios de pesquisa, como base conceitual para o estudo.

A nossa inquietude recaiu em dúvidas sobre se a mídia impressa estaria interessada em dar espaço ao futebol feminino na editoria de esportes; sobre como esta modalidade e as suas protagonistas vêm sendo apresentadas para o público e sobre quais interesses estão ‘por trás’ desta representação. Consideramos, então, esta inquietação e problematizamos o objeto em questão, com a seguinte questão-problema, norteadora dessa pesquisa: Em qual contexto e o que há já pesquisado sobre jornalismo esportivo feminino no Brasil?

O Brasil é reconhecido, mundialmente, como o país do futebol. Esta modalidade esportiva, segundo Balardin (2018), foi introduzida por Charles Miller, um jovem brasileiro que trouxe, da Inglaterra, em 1895, a primeira bola de futebol. Primeiro, foi praticada pela elite; depois, com o surgimento da Escola Brasileira do Futebol, teve fluidez e alavancou títulos em competições, originando-se, assim, um ‘estilo de jogar brasileiro’. Balardin (2018) defende que associações, federações e outras entidades e órgãos foram sendo criados, compatibilizando interesses das organizações de futebol nacionais e internacionais.

A modalidade masculina de futebol foi organizada para a participação em competições, divididas em torneios, campeonatos, copas e outras formas, disputadas conforme calendários, seguindo regras e com atrativas chances de conquista de títulos. A Copa Brasil, por exemplo, criada em 1989, é considerada o segundo torneio de futebol mais importante do país. Desde a sua instituição, conforme expressa Balardin (2018), os campeões estaduais de federações menores têm a oportunidade de conseguirem algum tipo de relevo nacional.

O futebol é o esporte mais importante para a maioria dos brasileiros, defende Geno (2010). A mídia tem papel fundamental, não somente à sua acelerada evolução; mas, igualmente, na visibilidade dada a este, quando mostra o futebol além dos limites do campo. O que vemos, segundo o pesquisador, é uma atuação parceira, de mídia e público, dando popularidade ao espetáculo futebolístico.

A afirmação de que o Brasil seja o país do futebol está, na maioria das vezes, delimitada ao futebol masculino. Os jogadores aparecem na mídia, segundo Balardin (2018), tendo seus passes vendidos por valores elevados, o noticiário esportivo está, expressivamente, voltado para a cobertura de jogos, desde o seu surgimento, porque o futebol masculino é considerado popular, lucrativo, promotor de marcas e forma de entretenimento ao público.

Ao futebol feminino, que chegou ao país na década de 20, não é dado tamanho destaque. O que vimos é que existe investimento e estrutura para que a mulher jogue futebol; contudo, os reclames transitam entre diferenças e semelhanças em tratativas relacionadas, não somente à dimensão de investimentos, mas à visibilidade, promovida pela mídia. Marcada por controvérsias e dúvidas, a história do futebol feminino vem, conforme apresenta Balardin (2018), se construindo. Compreender como esta modalidade vem sendo passada ao público leitor, pela mídia impressa, é o desafio a que nos propomos.

CONTEXTUALIZAÇÃO

O futebol é uma modalidade de jogo conceituada, de massa, que permite inúmeras influências, relacionadas à sua prática, organização, treinamento e gosto do público. O termo ‘futebol’, em seu sentido amplo, é um jogo de bola com os pés (*football*), de origem inglesa, com características de cooperação e oposição. Segundo Houaiss (2008, p. 365), quer dizer: “esporte disputado em dois tempos de quarenta e cinco minutos por duas equipes de onze jogadores, cada uma”.

Segundo Guterman (2009), jornalista autor do livro *O Futebol Explica o Brasil*, o futebol estava contextualizado a um esporte que aparecia em primeiro plano, enquanto atividade de elite, na época em que foi inserido à cultura brasileira. Com o passar do tempo, foi introduzida à sua prática, a participação de negros e operários, junto com atletas brancos, se considerada esta a forma decisiva para melhores resultados e vitória.

Com a chegada da profissionalização do esporte, a sua prática e representação de destaque tomaram forma. Além disso, a capacidade de interação reforçou características de paixão que faz lotar estádios, ou agir em defesa do time. Para Leães (2003) o futebol liga-se à defesa, que promove a proteção ao gol, o apoderamento da bola e o contra-ataque - ações defensivas que intercalam de maneira dinâmica e relacionada a decisões, por parte dos

jogadores. Benites e Cols (2007) trazem à tona essa ideia de futebol, enquanto paixão, ou estilo de vida.

O futebol iniciou no Brasil, segundo Balardin (2018), por intermédio do jovem brasileiro, Charles Miller, no ano de 1895. Trazidas da Inglaterra, as duas bolas de futebol foram o marco deste esporte que, primeiramente, teve adeptos de uma comunidade de imigrantes britânicos, depois de associações, como o São Paulo Athletic Club, e a Associação Atlética Mackenzie College. Oscar Cox, em 1902, fundou o Fluminense Football Club, e estava iniciado o eixo Rio São Paulo, de futebol.

A elite dominou, no início, a adesão ao esporte. A partir de 1920, negros e jogadores advindos de classes de baixa renda, tiveram acesso ao futebol, com a criação da Escola Brasileira de Futebol, quando puderam demonstrar as suas habilidades, trazendo melhores resultados e vitórias às equipes, expressa Goellner (2005). Segundo a pesquisadora, iniciaram-se os discursos, direcionados a esta modalidade.

Nos anos 50, quando o Brasil sediou a IV Copa do Mundo de Futebol Masculino, aumentaram a expectativa e a euforia sobre a seleção brasileira. Cresceu a quantidade de craques de futebol. Garrincha, Pelé e Zagallo eram os nomes mais comentados do mundo futebolístico. Foi neste tempo, mais precisamente, em 1947, que o jornalista Mário Filho lançou a obra ‘O Negro no Futebol Brasileiro’, tratando de apresentar: O futebol apagara a linha de cor. O clube esquecendo-se que tinha preto no time, o preto esquecendo-se, de não lembrar mesmo, que era preto. (FILHO, 2003, p. 342). O jornalista Thomás Mazzoni publicou outro importante livro da historiografia do futebol no Brasil, segundo os pesquisadores Santos e Drumond (2013). A obra História do Futebol no Brasil 1894-1950, foi lançada antes da IV Copa do Mundo, buscando a afirmação de que São Paulo era a origem do futebol, no Brasil. Foi nestas duas obras que, na época, os jornalistas e demais escritores buscaram aporte para (re)contar a história.

Para os pesquisadores Santos e Drumond (2013), os anos 60 e 70 marcaram a aproximação da Academia Brasileira ao estudo do futebol. Joel Rufino dos Santos publicou um artigo na revista Encontros com a Civilização Brasileira: ‘Na Confederação Brasileira de Desportos (CBD) até o papagaio bate continência’, escrito num tempo em que era proibido formular críticas à ditadura militar. Assim, foi preso e torturado, por expressar que os desprazeres do futebol estavam ligados ao regime autoritário, e que, com a democracia, o esporte tomaria novos rumos.

Nos anos 80, uma publicação de artigo sobre futebol trouxe ideias de acadêmicos, pela primeira vez, no campo da história. Em 'Futebol e cultura: coletânea de estudos', aparece a crítica de que o futebol signifique o povo brasileiro. O pesquisador Meihy explica:

O povo jogador, torcedor, driblador, despolitizado e, por isso, "certo". Autores deste tipo de análises são os intelectuais da elite preocupados em mostrar "democracias". Rezadores, musicais e futebolistas são nossos atributos enquanto povo, segundo alguns, mas sem dúvida, o futebol merece outras explicações. (MEIHY, 1982, p.19).

Nesse sentido, a visão que se dava ao futebol poderia ir além desta natureza de discurso reproduzido entre intelectuais. A consideração à modalidade poderia aportar em novos entendimentos, capazes de representar toda a sociedade brasileira.

A concepção crítica da história do futebol ficou marcada, nos anos 90, com perspectivas de referências a discursos anteriores, mas de ampliação de significados, com olhares sociológicos. A pesquisadora Goellner (2005) expressa que os discursos tradicionais se mantinham, mas apareciam acrescidos de caráter interdisciplinar - ou seja, passaram a serem usados vários tipos fontes, inclusive periódicos; e não apenas os livros publicados. Atas de clubes, publicações em revistas e jornais, serviam de contribuição para dar suporte à crítica e visibilidade ao esporte, entre outras questões presentes neste mundo da bola.

Atualmente, o futebol compreende um campo que provoca certo impacto no público leitor. Os discursos e argumentos direcionados através da mídia impressa comove sentido, desencadeia sentimentos, estimulam comportamentos. Na mídia impressa encontramos uma série de matérias de alcance e poder simbólico. Emitir opiniões e construir um ideário para o futebol foi, durante muito tempo, o papel de cronistas, enquanto comunicadores de conteúdo jornalístico. Assim, se reforça a ideia de que os meios de comunicação estão em conexão com o clima social: a teoria une os processos de comunicação de massa às características do contexto social em que eles se realizam. (WOLF, 2003, p. 33).

A exposição do futebol na mídia impressa iniciou com o sucesso de times, como o Santos Futebol Clube, de Pelé e outros. Daí, a necessidade das mídias se mostrarem a contento do público, que crescia em afeição pelo esporte. Essa exposição constante recaía em interesse e motivação das pessoas, às notícias que eram veiculadas. "Quanto mais expostas as pessoas são a um determinado assunto, mais o seu interesse aumenta e, à medida que o interesse aumenta, mais as pessoas se sentem motivadas para saberem mais acerca dele". (WOLF, 2003, p. 21).

Uma notícia é tudo o que o público necessita saber, tudo o que o público deseja falar. A notícia é a inteligência exata e oportuna dos acontecimentos, descobertas, opiniões e assuntos de todas as categorias que interessam aos leitores. (AMARAL, 1997, p. 39). Assim, a mídia impressa tem um compromisso com aquilo que interessa aos leitores e, igualmente, com os critérios da noticiabilidade - capacidade que os fatos têm de virar notícia.

Para Wolf (2003), os ‘valores-notícias’ são critérios que tratam da importância, dos interesses, da qualidade, do serviço, da política editorial, da exclusividade e da perspectiva de gerar expectativas no leitor. Wolf (2003) cita Blumer, teórico da Psicologia Social que defende a ideia de que a sociedade é um produto da comunicação e que, até mesmo os indivíduos que compõem a massa, fazem parte do universo simbólico da comunicação - mesmo na sua frágil audiência passiva, a comunicação provoca-lhes efeitos e são persuadidos ou atingidos pelo discurso. No decorrer de anos, inúmeros discursos foram sendo utilizados para legitimar a desigualdade de gênero como algo natural, estipulando as diferenças entre homens e mulheres nas relações de poder. (SILVA E TUZZO, 2017, p. 4).

Em seu artigo, Goellner (2005) analisa a representação da mulher no ano de 1940, através da revista Educação Physica. Neste mesmo ano, a revista realizou uma publicação intitulada “Pode a mulher praticar o futebol?”, demonstrando que, nesse período de início do futebol feminino, a preocupação acerca da participação da mulher no esporte era se ela poderia jogar futebol, antes praticado só por homens, pois isso representava uma transgressão na identidade feminina, ainda muito ligada à imagem da mãe, em um ambiente considerado masculino.

A representação da atleta foi mudando, no decorrer dos anos. Passou da fase do ‘será que mulher pode jogar futebol’, para a erotização do corpo feminino. Em 2001, o campeonato Paulistana de futebol feminino colocou algumas condições estéticas para as jogadoras participarem. Por exemplo, as atletas deveriam ter, de preferência, cabelos compridos e a faixa etária era até 23 anos de idade. (GOELLNER, 2005).

A intenção do campeonato era unir o futebol e a feminilidade para agradar os espectadores. Essa erotização da mulher não ficou apenas dentro dos estádios, “ela pode ser observada em outros locais sociais e, ainda, em diferentes instâncias culturais tais como revistas, propagandas, “outdoors”, programas televisivos, cartazes, filmes, etc.” (GOELLNER, 2005, p. 5).

Salvini e Marchi (2016) analisam a Revista Placar como um exemplo de mídia que tentou aproximar a mulher jogadora, com suas competências esportivas, de feminilidade. Segundo os autores, as publicações da revista

[...] faziam questão de evidenciar momentos que ressaltassem as preocupações com a beleza física e com sensualidade, como uma espécie de ferramenta para reforçar o gênero feminino normativo e desconstruir os preconceitos e questionamentos acerca sexualidade das mulheres que praticam futebol. (SALVANI E MARCHI, 2016, p. 104).

Como podemos observar, as mídias não noticiavam sobre o time de futebol feminino em si, mas costumavam escrever sobre as mulheres, sendo para exaltá-las como jogadoras de futebol e/ou apenas como mulheres jogadoras, ricas em feminilidade.

Na década de 90, o futebol feminino apresentou algumas mudanças, pois começaram as realizações de campeonatos regionais, estaduais e nacionais, interferindo em como a mídia o representava. As mídias noticiaram sobre as habilidades técnicas das jogadoras, chamavam o time feminino de amador, expressando que, em campo, demonstravam uma certa confusão, mas ainda ressaltando, ao mesmo tempo, os cuidados com a beleza. (SALVANI E MARCHI, 2016).

A partir dos anos 2000, a modalidade de futebol feminino começou a viver a sua diversidade. Era possível encontrar, nos times, mulheres reais, seja com a presença forte da feminilidade ou não. Segundo Salvini e Marchi (2016), publicações desse período começaram a mostrar a realidade do futebol feminino com informações relevantes, como a falta de investimento na área.

Essas análises mostram as diferentes representações entre o masculino e feminino no âmbito do futebol. Um homem jogador de futebol, por exemplo, não é retratado pela mídia por suas características físicas e, sim, pela sua habilidade em campo, diferentemente do que a mulher enfrenta, historicamente, no mundo do esporte. (GABRIEL e FREITAS JÚNIOR, 2016, p. 4).

O futebol foi visto por anos como algo exclusivamente masculino, a participação da mulher como jogadora fez com que discursos de gênero comessem a se formar. Primeiro a mídia se questionava se a mulher poderia participar do futebol, depois a mulher foi alvo de estereótipos, rebaixada a atração para o público masculino, hoje o futebol feminino ganhou um espaço significativo, ainda que a visibilidade na mídia, entre o masculino e o feminino,

apresente diferenças. Há muitas lutas, ainda, para serem vencidas, mas o futebol tem, na participação feminina, uma quebra de estereótipos enraizada por anos, na sociedade..

METODOLOGIA

A metodologia da pesquisa realizada teve como procedimentos uma pesquisa de contextualização, que compreende uma construção, com mapeamento dos aspectos investigados, relacionados a determinada época, em relação ao que atualmente se vê, em comunicação. Segundo Maldonado (2006), as pesquisas de contextualização são pesquisas transformadoras do contexto, relevantes para o entendimento da problemática. - ampliam a percepção do pesquisador e permitem novos olhares, de inserção ao movimento investigativo. Também, uma exploratória quanti-qualitativa com vistas a compreender os caminhos e as informações já dispostas sobre o tema e a encontrar novas dimensões em nosso trabalho, consideramos o que diz Bonin (2011), que entende que esta fase exploratória fundamenta o trabalho concreto de construção da relevância científica permitindo situar, problematizar e afirmar a contribuição que vai oferecer ao conjunto de conhecimentos do campo relacionados ao problema/objeto investigado (BONIN, 2011). Foi assim que intensificamos a procura por trabalhos já produzidos - como artigos e os analisamos, formulando o problema com perspectivas a novas dimensões dos fenômenos comunicacionais.

Realizada esta prática, partimos à pesquisa que deu aporte à discussão relacionada ao objeto de estudo e ao problema, em artigos, periódicos e busca às redes sociais das protagonistas do futebol feminino, o que permitiu que conhecêssemos as suas visões sobre o esporte e sobre os discursos e argumentos que lhes são direcionados, pela mídia impressa; também, que colhêssemos informações sobre os seus perfis. Enfim, passamos à produção do artigo, fazendo correlações dos dados com o a base teórica.

No sentido de responder à questão-problema, bem como legitimar a discussão e o que abordamos sobre o tema, optamos pelo procedimento quali-quantitativo contextualizado às construções pautadas na pesquisa exploratória. Para Duarte (2010, p.68), “Uma boa pesquisa exige fontes que sejam capazes de ajudar a responder sobre o problema proposto”. Assim, este artigo apresenta a discussão dos resultados de pesquisa articulada ao conhecimento teórico e às reflexões realizadas.

Segue abaixo a tabela 1, com os dados obtidos e trabalhos selecionados na pesquisa exploratória:

TABELA 1 - Repositório acadêmico

Repositórios e palavras-chave	Autor(a)	Título
Scielo: Futebol feminino + mídia (02 resultados encontrados, 01 selecionado)	Bruno José Gabriel (Departamento de Educação Física, Universidade Estadual de Ponta Grossa) Miguel Archanjo de Freitas Júnior (Departamento de Educação Física, Universidade Estadual de Ponta Grossa)	O discurso acerca da seleção brasileira presente da Folha de S. Paulo durante o ano de realização da “Germany World Cup”
Google acadêmico: Futebol feminino na mídia impressa (9.620 resultados encontrados, 02 selecionados)	Leila Salvini (Doutoranda em Educação Física. Universidade Federal do Paraná - UFPR). Wanderley Marchi Júnior (Pós-doutor em Sociologia do Esporte. Professor nos programas de graduação e pós-graduação em Educação Física e pós-graduação em Sociologia na Universidade Federal do Paraná - UFPR)	Registros do futebol feminino na revista Placar: 30 anos de história
	Silvana Vilodre Goellner (Doutora em Educação pela Universidade Estadual de Campinas - UNICAMP. Pós-doutora pela Universidade do Porto - U.PORTO).	Mulheres e futebol no Brasil: entre sombras e visibilidades
Portal Intercom: jornalismo esportivo feminino (3.358 resultados, 02 selecionados)	Soraya Barreto Januário (Doutora em Comunicação, Mestre em Comunicação e Professora da graduação em Comunicação da Graduação em Publicidade e Propaganda da Universidade Federal de Pernambuco – UFPE)	Modos de ver: a (in)visibilidade feminina enquanto profissional do esporte
	Lethícia Alves Faria da Silva (Mestranda em Comunicação pela Universidade Federal de Goiás – UFG - Brasil. Graduada em Jornalismo pela Pontifícia Universidade Católica de Goiás.	A representação das mulheres na mídia impressa em Goiás

Pesquisadora do Laboratório de Leitura Crítica da Mídia)	
--	--

Simone Antoniaci Tuzzo (Professora Efetiva do programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Goiás – UFG. Pós-Doutora e Doutora em Comunicação pela UFRJ)	
--	--

RESULTADOS E ANÁLISES DE DADOS OBTIDOS

Em seu artigo, Gabriel e Freitas Júnior (2016) analisaram a cobertura midiática da Folha de São Paulo acerca da seleção brasileira durante a “Germany World Cup”. Os autores perceberam a precária cobertura do futebol feminino, através dessa análise, demonstrando que a mídia privilegia os homens e mostra a participação da mulher no esporte como algo insignificante. Esses dados foram importantes para tomarmos conhecimento das pesquisas que já existem sobre jornalismo esportivo feminino.

O artigo de Salvani e Marchi Júnior (2016), “Registros do Futebol Feminino na Revista Placar: 30 anos de história”, traz exemplos de publicações da editoria de esporte sobre o futebol feminino desde a década de 80 até o ano de 2010. O artigo foi escolhido em função de realizar uma análise concreta das diferentes fases da representação da mulher jogadora de futebol na mídia, demonstrando, assim, como a mídia realiza o jornalismo esportivo feminino em cada período de tempo.

Goellner (2005), em seu artigo intitulado “Mulheres e Futebol no Brasil: entre sombras e visibilidades”, realiza um levantamento histórico de como a mídia representa as mulheres jogadoras de futebol, desde o início da participação feminina no esporte. Mostrando, assim, a pouca visibilidade que o futebol feminino enfrenta até hoje. Por razão desses dados escolhemos o artigo de Goellner para a realização dessa pesquisa, que resultou com contribuições significativas para a contextualização do assunto.

Com o intuito de saber sobre a diferença na visibilidade do futebol feminino para o masculino, escolhemos o artigo “Modos de ver: a (in)visibilidade feminina enquanto

profissional do esporte”, de Januário (2015). Assim, foi possível observar que a associação entre o futebol e a ideia de este ser um espaço masculino está enraizada, até hoje, na sociedade, influenciando na veiculação de informações da mídia sobre o esporte feminino.

Por fim, no artigo “A representação das mulheres na mídia impressa em Goiás”, Silva e Tuzzo (2017) escrevem sobre a ideia de as mídias se prenderem às representações sociais e aos conceitos do senso comum para noticiar a respeito das mulheres jogadoras de futebol. Esse artigo foi importante para analisarmos sobre como a mídia representa a mulher através de estereótipos. Exemplos desta análise, podem ser vistos na ideia de que, se a mulher joga futebol, ela não pode ser feminina e, também, na concepção de que, por muito tempo, a sua imagem permaneceu ligada, diretamente, com a mãe dona de casa.

CONSIDERAÇÕES E PROPOSIÇÕES FINAIS

A questão problema que norteou essa pesquisa de contextualização e exploratória foi a seguinte: “Em qual contexto e o que há já pesquisado sobre jornalismo esportivo feminino no Brasil?” Para chegarmos aos resultados pretendidos, iniciamos por (re)conhecer os dados, tomar posicionamento e, posteriormente, realizar a contextualização considerando a pesquisa exploratória.

Tínhamos uma inquietação relacionada a dúvidas sobre se a mídia impressa estaria interessada em dar espaço ao futebol feminino na editoria de esportes; sobre como esta modalidade e suas protagonistas vêm sendo apresentadas para o público e sobre quais interesses estão ‘por trás’ dessa representação. Assim, consideramos o que já há de pesquisado sobre o jornalismo esportivo feminino, no Brasil.

E, a partir da pesquisa exploratória, tecemos algumas considerações, contextualizando o que vimos de já pesquisado, (re)conhecendo contextos e evidenciando-os, enquanto resultados deste estudo.

O Brasil é considerado, mundialmente, como o país do futebol. O que lemos a respeito disso considera ideias como o alavanque de títulos em competições, o estilo de jogar ‘brasileiro’, o (re)conhecimento que o futebol tem, enquanto organização, a nível nacional e internacional. Além disso, a história que vem sendo mostrada por eventos como a Copa do Brasil, considerada o segundo torneio de futebol mais importante do país, a participação

significativa na Copa do Mundo, entre outras participações que dão destaque ao futebol brasileiro.

O futebol brasileiro caiu no gosto do público. Mais intensamente, o futebol masculino, pelo que estudamos e pelo que lemos do jornalismo sobre futebol feminino. A ideia do jornalismo enquanto paixão, ou estilo de vida está presente na mídia. Muito lemos a respeito, em revistas, em periódicos e jornais. Desde o seu início, quando Charles Miller, no ano de 1895 trouxe bolas, da Inglaterra - o que foi um marco deste esporte, até os dias atuais, a história se construiu cheia de percalços.

Os discursos, primeiros recaíram na ideia de uma modalidade disputada pela elite; depois, por negros, quando o intuito era o de agregar melhores resultados e vitórias às equipes, formadas, na sua maioria, por brancos. Mais tarde, jogadores que vinham de classes de baixa renda puderam aderir ao esporte. Junto com esta realidade, os discursos da mídia e as impressões que tinham os grandes nomes de críticos do futebol, como Mário Filho, que lançou um livro que tratou do negro no futebol, e o jornalista Thomás Mazzoni, que (re)contou a história do futebol, vieram a tona. O esporte foi tomando novos rumos. E, hoje, comemora o apoio da mídia, nos mais diferentes contextos.

Notícias importantes, do interesse do público iam sendo apresentadas, aumentando a paixão do público pelo futebol. Nesse momento oportuno, a mídia impressa demonstrava compromisso com o público e, com critérios de noticiabilidade - capacidade que os fatos têm de virar notícia, Pelé, Garrincha, Zagalo e outros tantos, iam sendo Conhecidos mundialmente.

Nos anos 90, a concepção crítica do futebol ficou marcada com referências a discursos das outras épocas, mas com um olhar sociológico. E os discursos sobre futebol passaram a ter uma perspectiva interdisciplinar, que ia além dos livros. revistas, periódicos e outras formas comunicativas, que davam suporte e visibilidade ao futebol. Inclusive, o mundo da mulher jogadora de futebol deveria aportar, na mídia impressa, com novas perspectivas.

A política editorial passou a mostrar, claramente, que o público é produto da comunicação. E que queria ultrapassar as ideias de 1940, quando a preocupação acerca da participação da mulher no esporte era na transgressão à sua identidade feminina, que isso poderia representar. Revistas, como a Placar reforçaram o gênero normativo, mas o discurso deveria ter outra representação. O time feminino, chamado pela mídia, de amador, mostrou força, habilidade em campo e os discursos de gênero começaram a se formar.

Foi uma história que teve suas idas e vindas, segundo o que lemos, em trabalhos já produzidos.

A falta de investimentos na área do reconhecimento das jogadoras, e na área de sua visibilidade também foi exposto e serviu de contribuição para que entendêssemos que os discursos não poderiam deixar de refletir a problemática da época. Muito se falava em consideração à modalidade capaz de representar a sociedade brasileira. Mas o que percebemos nos escritos sobre o futebol feminino é que, inicialmente, a preocupação era com um discurso tradicional, que expressasse a beleza das jogadoras, a sua feminilidade, os seus atrativos, enfim. Deixavam, na verdade, de lado, as suas capacidades, os seus esforços e as suas competências competitivas.

Atualmente, as notícias do futebol feminino mostram a realidade de uma modalidade com informações relevantes. Tratam da falta de investimento, por exemplo, mas demonstram estarem quebrando estereótipos, oferecendo a ela um lugar significativo. Mesmo que as lutas a serem vencidas estejam presentes, a mulher jogadora de futebol é apresentada, nos espaços comunicativos, com maior popularidade.

Os interesses das organizações de futebol feminino estão tendo espaço. Se tratados com mais seriedade, ainda, depois de repressões e preconceitos, a história do futebol feminino poderá ter maior destaque.

Com a realização deste artigo, não pretendemos, apenas, relatar sobre o que já há de pesquisado, mas contextualizar que o mesmo tivesse o significado de pesquisa exploratória sobre a representação da mulher jogadora de futebol na mídia impressa, abrindo à possibilidade de, posteriormente, realizarmos uma pesquisa da pesquisa, pesquisa teórica e bibliográfica, para aprofundarmos o tema e procurarmos soluções para a problemática.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMARAL, Luiz. **Jornalismo: matéria de primeira página**, Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1997.

BALARDIN, Geórgia Fernandes. RBFF – Revista Brasileira de Futsal e Futebol. **O futebol feminino no Brasil e nos Estados Unidos: semelhanças e diferenças no esporte**. Geórgia Fernandes Balardin, Rogério da Cunha Voser, Miguel Angelo Duarte, Janice Zarpellon Mazo. 2018. Dispon em www.rbff.com.br/index.php/rbff/article/view/549 Acesso em 28/04/2019.

BENITES, Larissa Cerignoni & Cols. **O futebol: questões e reflexões a respeito dessa “profissão”**. Pensar a Prática 10/1: 51-67, jan. /jun. 2007.

BONIN, Jiani Adriana. **Revisitando os bastidores da pesquisa: práticas metodológicas na construção de um projeto de investigação/** Maldonado, Alberto Efendy [et. al]. Porto Alegre: Sulina, 2011.

CALDAS, Waldenyr. **Aspectos sociopolíticos do futebol brasileiro.** in: Rev USP, São Paulo, nº22, p.41-49, junho/agosto 1994.

CARVALHO, Thais May; GROHMANN, Rafael. **Jornalismo Esportivo VS Esporte Feminino.** São Paulo: Intercom, 2016.

DAMATTA, Roberto; NEVES, Luiz Felipe B.; GUEDES, Simoni L.; VOGEL, Arno. **Universo do futebol: esporte e sociedade brasileira.** Rio de Janeiro, Pinakotheke, 1982.

DIAS, Carlos Vaz. **A origem do Futebol.** Disponível em <https://pedagogiaaopedaletra.com/a-origem-do-futebol/> Acesso em 05/05/2019.

DUARTE, Jorge e BARROS, Antônio (org). **Métodos e Técnicas de PESQUISA em COMUNICAÇÃO.** São Paulo: Atlas, 2010.

FILHO, Mário. **O negro no futebol brasileiro,** 4 ed., Rio de Janeiro, Mauad, 2003.

GABRIEL, Bruno José; FREITAS JÚNIOR, Miguel Archanjo de. **O discurso acerca da seleção brasileira presente da Folha de S.Paulo durante o ano de realização da “Germany World Cup”.** São Paulo, Rev. Bras. Educ. Fís. Esporte, 2016.

GENO, Francisco de Carvalho. Revista ComUnigranrio. **Fenômeno do futebol, o torcer globalmente.** Francisco Carvalho Geno. 2010. Disponível em: publicacoes.unigranrio.edu.br/index.php/comunigranrio/article/download/1076/638 Acesso em 05/05/2019.

GOELLNER, Silvana Vilodre. **Mulheres e futebol no Brasil: entre sombras e visibilidades.** São Paulo: Rev. Bras. Educ. Fís. Esp., 2005.

GUTERMAN, Marcos. **O futebol explica o Brasil: uma história da maior expressão popular do país.** São Paulo: Contexto, 2009.

HOUAISS, Antônio. **Minidicionário da Língua Portuguesa.** Rio de Janeiro: Moderna, 2008.

INTERCOM - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Trabalho apresentado no IJ 4 Comunicação Audiovisual – do XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 29 de junho a 1 de julho de 2017. Amanda M. P. R. SANTANA. Disponível em: www.portalintercom.org.br/anais/nordeste2017/resumos/R57-1871-1.pdf. Acesso em 28/04/2019.

INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – São Paulo - SP – 05 a 09/09/2016 Futebol: um terreno para o diálogo intercultural sobre representação STEFFEN, Lauren;

JANUÁRIO, Soraya Barreto. **Modos de ver: a (in)visibilidade feminina enquanto profissional do esporte.** Rio de Janeiro, Intercom, 2015.

LEÃES, Cyro Garcia. **Futebol: treinamento em espaço reduzido**. Porto Alegre: Movimento, 2003.

LISBOA FILHO, Flavi Ferreira . Universidade Federal de Santa Maria (RS) Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-0570-1.pdf>. Acesso em 05/05/2019.

MALDONADO, Efendy. **Práxis teórico/metodológica na pesquisa em comunicação: fundamentos, trilhas e saberes**. In: MALDONADO et. al. Metodologias da pesquisa em comunicação: olhares, trilhas e processos. Porto Alegre: Sulina, 2006

MEIHY, José Carlos Sebe Bom. **Para que serve o Futebol?** In: José Carlos Sebe Bom Meihy, José Sebastião Witter (orgs.), Futebol e cultura: coletânea de estudos, São Paulo, Imprensa Oficial, Arquivo do Estado, 1982.

SALVINI, Leila; MARCHI, Wanderley. **Registros do futebol feminino na revista Placar: 30 anos de história**. Motrivivência v. 28 n. 49, p. 99-113, 2016.

SANTOS, JOÃO MANUEL c. M.; DRUMOND, Maurício. **A construção de histórias do futebol no Brasil (1922 a 2000): reflexões João Manuel Casquinha Malaia Santos e Maurício Drumond**. Revista Tempo, vol. 19 n. 34, Jan. – Jun. 2013: 19-31.

SANTOS, Joel Rufino dos. **Na CBD até o papagaio bate continência, Encontros com a Civilização Brasileira**: Rio de Janeiro, n. 5, 1978, Rio de Janeiro, Rocco, 2008.

SILVA, Lethícia Alves Faria da; TUZZO, Simoni Antoniaci. **A representação das mulheres na mídia impressa em Goiás**. Cuiabá: Intercom, 2017.

SOUZA, Eliana das Dores de. **Futebol, paixão ou Identidade Cultural**. USP Disponível em myrtus.uspnet.usp.br/celacc/sites/default/files/media/tcc/561-1590-1-PB.pdf.

WOLF, Mario. **Teoria das Comunicações de Massa**. Tradução Karina Jannini, São Paulo: Martins Fontes, 2003.