






A cobertura jornalística das copas de 2019 no Globoesporte.com: indícios da midiaticização do futebol de mulheres

Cobertura periodística de las copas de 2019 en Globoesporte.com: pistas de la mediatización del fútbol de las mujeres

Journalistic coverage of the 2019 cups on Globoesporte.com: evidence of the mediatization of women's football

Otávio Bonjiovane Lourenço^a , Vinicius Augusto do Nascimento Monteiro^a ,
Lucas Barbosa Silva^a , Breno Brey D'auria^a , Silvan Menezes dos Santos^{b*} 

Palavras-chave

Futebol;
Meios de
comunicação de
massa;
Análise de gênero.

RESUMO

Objetivamos analisar a cobertura jornalística do grupo Globo sobre as seleções brasileiras na Copa do Mundo de Futebol Feminino e na Copa América de Futebol Masculino, ambas as edições de 2019. Desenvolvemos uma análise de produto midiático, com abordagem quanti-qualitativa dos dados. Como ferramenta analítica, utilizamos a teoria do enquadramento, subsidiada pelo modelo analítico dos 5 E's do esporte. Analisamos também o volume da produção noticiosa, autoria das notícias, sexo dos autores e autoras, fontes de entrevistas e o sexo dessas fontes. Os resultados reforçam a ideia de que o processo de midiaticização do futebol de mulheres está restringindo-se a sua entretenimização e, por conseguinte, isto não tem lhe agregado valor a ponto de se transformar em notícia.

Palabras clave

Fútbol;
Medios de
comunicación de
masas;
Análisis de género.

RESUMEN

Apuntamos analizar la cobertura de noticias del Grupo Globo sobre las selecciones brasileñas en el Mundial Femenino y la Copa América de Fútbol Masculino, ambas ediciones de 2019. Desarrollamos un análisis de productos de medios, con un enfoque cuantitativo-cualitativo de los datos. Como herramienta analítica utilizamos la teoría del encuadre, sustentada en el modelo analítico de los 5 E's del deporte. También analizamos el volumen de producción de noticias, la autoría de ellas, el sexo de los autores y los autores, las fuentes de las entrevistas y el sexo de estas fuentes. Los resultados refuerzan la idea de que el proceso de mediatización del fútbol femenino está restringiendo su entretenimiento y, por tanto, esto no ha añadido valor hasta el punto de convertirse en noticia.

Keywords

Soccer;
Mass media;
Gender analysis.

ABSTRACT

We aim to analyze the news coverage of Grupo Globo on the Brazilian teams in the Women's World Cup and the Men's Soccer America's Cup, both 2019 editions. We develop an analysis of media products, with a quantitative-qualitative approach to the data. As an analytical tool we use the theory of framing, based on the analytical model of the 5 E's of sport. We also analyze the volume of news production, the authorship of them, the sex of the authors, the sources of the interviews and the sex of these sources. The results reinforce the idea that the process of mediatization of women's football is restricting its entertainment and, therefore, this has not added value to the point of becoming news.

^aUniversidade Federal de Mato Grosso do Sul, Faculdade de Educação. Campo Grande, MS, Brasil

^bUniversidade Federal de Alagoas, Instituto de Educação Física e Esporte. Maceió, AL, Brasil

*Autor correspondente:

Silvan Menezes dos Santos
E-mail: silvan.santos@iefe.ufal.br

Recebido em 19 de novembro de 2021; aceito em 05 de janeiro de 2022.

DOI: <https://doi.org/10.1590/rbce.43.e011321>

INTRODUÇÃO

A oitava edição da Copa do Mundo de Futebol Feminino, ocorrida em 2019 na França, tem sido tratada pelas instituições oficiais da modalidade como a maior da história. Estima-se mais de 1 milhão de espectadoras/es presentes nos estádios e mais de 1 bilhão de telespectadoras/es pelos diferentes canais de comunicação por todo o mundo (Leal, 2020).

No Brasil não tem sido diferente a eminência social e midiática do futebol de mulheres. A disputa da seleção brasileira delas contra o selecionado francês pelas oitavas de final da Copa em 2019 é recorde de audiência da modalidade no país, quando atingiu a marca de 35 milhões de pessoas, somando-se as/os telespectadoras/es dos três canais de televisão que transmitiram o jogo ao vivo (Globo, Band e Sportv) (Leal, 2020). Nesta mesma competição, a final entre Estados Unidos e Holanda teve a maior marca de público televisivo do mundo registrada no Brasil, com estimativa de 20 milhões de pessoas conectadas. Recentemente, pela semifinal do Campeonato Brasileiro de Futebol Feminino de 2020, em jogo transmitido pela rede social Twitter, foram registradas mais de 1 milhão de visualizações únicas e mais de 34 mil pessoas assistindo simultaneamente a partida (Leal, 2020).

É inegável, portanto, o perene crescimento e expansão sociocultural do futebol de mulheres no Brasil e no mundo. Em prol desta movimentação, mudanças políticas, sociais e midiáticas estão em andamento, tais como, por exemplo, a presença das primeiras comentaristas e narradoras mulheres em transmissões de partidas de futebol masculino em televisões abertas e fechadas do nosso país. Entretanto, o atual momento de importantes modificações de cenário para o futebol de mulheres não foi alcançado sem lutas, tensionamentos e conquistas por parte delas, bem como ainda está longe de ser suficiente para considerarmos existir uma equidade de gênero no esporte, de modo geral, e no futebol, em específico.

A trajetória histórica do futebol de mulheres no Brasil é permeada por interdições, invisibilizações, distorções e sub-representações, tudo isso com fortes contribuições da mídia (Goellner, 2005a, b; Goellner e Kessler, 2018; Mourão e Morel, 2005; Souza e Knijnik, 2007). Marcas desse processo são, por exemplo: o decreto proibitivo de que praticassem determinadas modalidades esportivas, entre elas o futebol, em 1941, o qual perdurou por quatro décadas, até 1979 (Goellner, 2005a, b); o insistente ocultamento e sombreamento midiático das inúmeras conquistas futebolísticas delas desde as primeiras edições de Copas do Mundo e das participações em Jogos Olímpicos (Goellner e Kessler, 2018); a sexualização e erotização dos corpos femininos espetacularizados pelo discurso midiático-esportivo (Goellner, 2005a, b; Mühlen e Goellner, 2012); e o permanente posicionamento das mulheres em lugares secundários e terciários do campo esportivo, seja na

gestão, no comando técnico ou nos papéis exercidos nos programas e transmissões da mídia (Goellner e Kessler, 2018; Passero et al., 2020).

Em 2019, pela primeira vez na história dos meios de comunicação de massa do Brasil, a Copa do Mundo de Futebol Feminino foi coberta na íntegra pelo grupo Globo, ou seja, com todos os jogos da seleção brasileira transmitidos em televisão aberta (Mendonça, 2020). Nesse mesmo ano, a competição das mulheres coincidiu com a realização da Copa América de Futebol Masculino, ocorrida no Brasil. Foi possível vivenciar de maneira inédita, portanto, a “concorrência” direta do interesse midiático e do público pelo futebol praticado pelos homens e pelas mulheres no intitulado “país do futebol”. Mais ainda, pudemos ver e viver por qual selecionado brasileiro o Brasil e as suas instituições sociais e midiáticas eram mais Brasil: o das mulheres, o dos homens ou de ambos.

Para além da sobreposição de calendário dos eventos esportivos, a problemática que se apresenta em tal cenário é outra. É conhecida a tendência de dedicação e priorização de espaço jornalístico, por parte das Organizações Globo, de acordo com a detenção ou não dos direitos comerciais de transmitir o produto esportivo em questão (Pires e Lisbôa, 2015). Mas e quando são detentores de eventos concomitantes, o que ou qual se prioriza? Além disso, também é sabido no Brasil a histórica desigualdade, entre homens e mulheres, no espaço esportivo e midiático que se dedica para eles em detrimento delas (Goellner, 2005 a, b; Souza e Knijnik, 2007). Como, então, age e reage o principal conglomerado de mídia do país perante exponência do futebol de mulheres no contexto local e global? Continua perpetrando a histórica “anulação simbólica” delas por meio da sua “[...] miopia prevalente quando se fala em futebol de mulheres”? (Goellner e Kessler, 2018, p. 37).

Desenvolvemos o presente estudo, por conseguinte, vide a relevância e força midiática na formação e reprodução de valores, símbolos, códigos, modos de ser e estar com relação ao esporte na atualidade, ou seja, para a constituição e dinâmica da cultura esportiva contemporânea (Pires, 2002). No caso em tela, centramos na dimensão jornalística do discurso midiático-esportivo e nos modos como ela se relaciona com o futebol de mulheres, por entendermo-la como uma expressão cotidiana marcante para a mediação cultural e existência social de todo e qualquer fenômeno esportivo hoje (Borelli e Fausto, 2002).

Diante das questões anteriormente apontadas e, como nos termos de Goellner (2005b, p. 97), considerando que “[...] enfim, ainda que há muito tempo muitas delas protagonizam histórias no mundo do esporte, em se tratando de Brasil há, sim, um mundo a se fazer [...]”, vimos por meio deste trabalho, verificar o que e como a principal mídia nacional tem feito por este processo. O objetivo do presente estudo foi, assim, compreender como as Organizações Globo construíram a narrativa

jornalística sobre as seleções brasileiras das mulheres e dos homens em seu portal de notícias, o GE¹, sendo detentora dos direitos de transmissão para a televisão aberta da Copa do Mundo de Futebol Feminino e da Copa América de Futebol Masculino, ambas as edições de 2019.

PERCURSO E ESTRATÉGIAS METODOLÓGICAS

Desenvolvemos um estudo de análise de produto midiático (Pires et al., 2012), com abordagem quanti-qualitativa dos dados. Recolhemos as notícias publicadas no portal GE sobre as seleções brasileiras de mulheres e de homens, uma semana antes de cada uma das Copas de futebol, durante a realização de ambas e uma semana após o encerramento delas. Para organização e análise desse material, as notícias coletadas foram tabuladas no Excel. Destacamos informações dos constructos noticiosos tais como data de veiculação, autoria, sexo dos autores e autoras, fonte de entrevista das notícias e o sexo dessas fontes.

Como ferramenta analítica das notícias, utilizamos a teoria do enquadramento, subsidiada pelo “modelo analítico dos 5 E’s do esporte” (Marchi, 2015). Para Mendonça e Simões (2012), os enquadramentos midiáticos funcionam como “molduras balizadoras de sentidos”. Eles afirmam que “[...] é no conteúdo que se busca o quadro, visto como uma espécie de ângulo, que permite compreender uma interpretação proposta em detrimento de outras” (Mendonça e Simões, 2012, p. 194).

Mobilizamos o olhar para essas molduras e ângulos de abordagem das Copas, analisando e classificando-as a partir da multidimensionalidade do fenômeno esportivo. Para Marchi (2015), ele se constitui na atualidade de maneira complexa nas dimensões da Ética, da Estética, do Espetáculo, da Emoção e, por fim, da Educação, que engloba todas as anteriores. Neste trabalho consideramos as quatro primeiras e a elas adicionamos a dimensão do que denominamos como esportividade. Em consonância com a definição do autor, consideramos o enquadramento das notícias e das entrevistas da seguinte forma:

- Ética: notícias que englobassem a arbitragem, o VAR, fair play, doping, questões de gênero;
- Estética: notícias sobre saúde, lesões e preparo físico de atletas;
- Espetáculo: noticiário que envolvesse questões econômicas, mercadológicas, burocráticas, midiáticas

¹ Quando da ocasião da realização da pesquisa e das competições analisadas o portal de notícias chamava-se Globoesporte.com. Em julho de 2020, no entanto, a empresa realizou modificação no nome e na marca dele para “GE”.

ou publicitárias do esporte;

- Emoção: matérias jornalísticas sobre torcedores, envolvimento das torcidas e relatos dos jogadores e jogadoras acerca da experiência esportiva;
- Esportividade: reportagens que falassem do jogo propriamente dito e de questões atléticas, como treinamento, técnica, tática, estratégia.

Na sequência do texto apresentamos os achados desta pesquisa. Especificamente destacamos o tamanho da cobertura jornalística dedicada a ambas as Copas. Apresentamos a autoria desta cobertura, os enquadramentos primários e secundários, bem como mapeamos as fontes de entrevistas mobilizadas para a construção das notícias.

ACHADOS DA PESQUISA

O ESPAÇO JORNALÍSTICO E AS EQUIPES DE PRODUÇÃO DA COBERTURA DAS COPAS DE 2019

Conforme o Gráfico 1, sobre a seleção brasileira masculina, durante os 38 dias de recolhimento de dados, mapeamos 506 notícias publicadas, com média de 13,31 publicações diárias. Por outro lado, sobre a seleção brasileira feminina, durante os 45 dias de coleta, identificamos 164 notícias com média de 3,64 por dia.

Ao considerarmos as participações das duas seleções nas suas respectivas Copas e recontarmos a produção noticiosa sobre elas até o encerramento das suas participações nas competições, ainda assim encontramos uma diferença abrupta de espaço jornalístico. Até o dia 23 de junho de 2019, dia da eliminação das brasileiras nas oitavas-de-final para a seleção francesa, encontramos 148 publicações, que contabilizam média de 6,16 notícias por dia. Mesmo assim evidencia-se a distinção de espaço e atenção jornalística dedicada pelo GE entre as duas seleções. Quando comparadas as coberturas, vemos que as mulheres não tiveram metade do espaço que os homens obtiveram no portal.

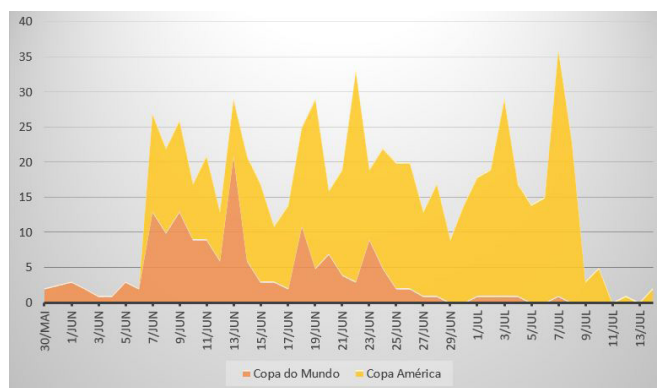


Gráfico 1. Cobertura jornalística diária da Copa América e da Copa do Mundo no portal GE. Fonte: elaborado pelos autores.

Os dados do espaço jornalístico dedicado ao futebol dos homens e das mulheres no GE durante as Copas de 2019 revelam, em primeiro lugar, que apesar da relevante conquista delas no que se refere à visibilidade de transmissão da competição, ainda existem carências junto ao principal conglomerado midiático do país. Especialmente em relação às seleções brasileiras, visualizamos no conjunto de ambas as coberturas descontinuidades no caso das mulheres, que não se aplicam aos homens. Isto indica, em alguma medida, que 2019 pode ser considerado o ano da virada midiática do futebol de mulheres no Brasil como peça de entretenimento. Todavia, deve ser considerado também contexto de reprodução da subvalorização noticiosa delas por parte do GE, sobretudo diante da concomitância de ocorrência com outra competição do futebol masculino.

No Brasil, comumente atribui-se à falta de interesse do público pelo futebol de mulheres o pouco espaço midiático destinado à elas. Entretanto, em 2019 as transmissões dos jogos da seleção delas bateram recordes de audiência (Leal, 2020), o que contraria a tese do desinteresse e, por sua vez, reforça a desvalorização do futebol de mulheres no tratamento noticioso do grupo Globo por meio do seu portal. Nada disso é demasiado diferente do que tem sido identificado em estudos anteriores (Martins e Moraes, 2007; Carvalho e Grohmann, 2016; Castro e Máximo, 2018; Costa, 2019; Cruz e Campos, 2019; Mazo et al., 2020; Rihan et al., 2017).

Referente ao sexo dos produtores e produtoras das notícias, identificamos que na Copa do Mundo de Futebol Feminino as mulheres ocuparam maior parte da cobertura, com 56,10%. Na Copa América, 61,46% das notícias foram elaboradas por homens, conforme Gráfico 2.

Importa destacar no Gráfico 2, que apesar da proporcionalidade da participação de jornalistas do mesmo sexo referente às respectivas competições, ou seja, predominância de mulheres na Copa do Mundo e de homens na Copa América, a mesma regra não se aplicou de modo oposto. No campeonato delas, o portal GE veiculou 12,8% de notícias assinadas por homens. Pelo outro lado, na disputa deles, a cobertura contou com 0,59% de constructos noticiosos de autoria de mulheres.

Vale ressaltar que a não identificação do sexo dos/ das produtores/as de notícias assinadas pelas redações jornalísticas, inviabiliza compreendermos se tais diferenciações de espaço produtivo são mais ou menos elásticas. Contudo, o elevado volume de notícias com esta característica, indica, neste caso, para o manutenção do caráter androcêntrico da cobertura noticiosa do futebol, pois tem-se registros da baixa proporção de mulheres no jornalismo esportivo nacional (Bueno e Marques, 2020) e da predominância da figura masculina nas posições editoriais desta seção jornalística (Brum e Capraro, 2015).

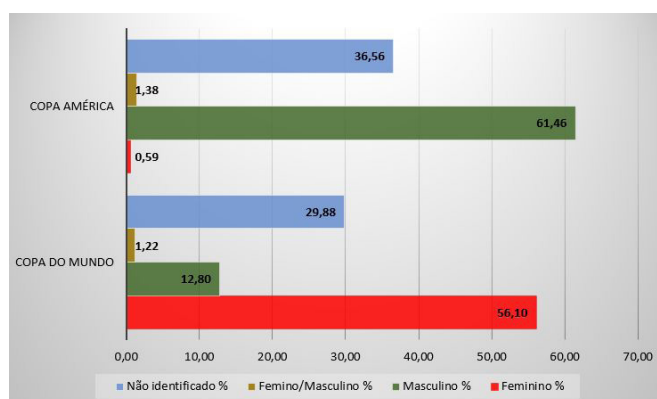


Gráfico 2. Sexo das autoras e dos autores das notícias da Copa América e da Copa do Mundo no portal GE. Fonte: elaborado pelos autores.

Por conta de tal cenário, a cobertura do futebol de mulheres feita majoritariamente por elas é, notadamente, uma conquista relevante. Pode-se considerar, a partir das reflexões de Bueno e Marques (2020), que o modo de distribuição por gênero das repórteres do GE na cobertura da Copa do Mundo foi um avanço para desconstrução da cultura androcêntrica ainda existente no campo midiático-esportivo. Contudo, a presença deles na cobertura da Copa delas e a ausência delas na competição deles, revelam-se, ainda, como resquícios de reprodução da histórica iniquidade de gênero no jornalismo esportivo. Ou seja, de acordo com a distribuição do GE, os homens estão, social e jornalisticamente, autorizados a narrar, comentar e noticiar sobre o futebol de mulheres, enquanto elas não estariam habilitadas para exercer tal ofício sobre o futebol dos homens.

As jornalistas mulheres, além do desafio de enfrentar situações de assédio, comentários machistas e a imposição de padrões estéticos (Oliveira e Oliveira, 2017), corriqueiramente lidam com a dominação masculina nas decisões editoriais das redações jornalísticas de esporte (Brum e Capraro, 2015). Algumas delas, segundo Brum e Capraro (2015), revelam serem mais direcionadas para cobertura de pautas sensíveis, de histórias humanas de superação no esporte, enquanto os homens ficam com a parte esportiva do processo de produção noticiosa. Sob esta ótica, compreendemos que apesar dos avanços conquistados no trabalho jornalístico do portal GE, durante a Copa do Mundo de 2019 reproduziu-se o regime de predominância do homem como autoridade de fala jornalística sobre futebol.

O tamanho da equipe de jornalistas dedicados à cobertura das Copas e a proporção de participação desses profissionais na produção de notícias sobre ambas as seleções também são indicativos da subvalorização das mulheres no portal GE. Na Copa América o portal contou com 60 repórteres assinando as notícias e na Copa do Mundo foram 35 os autores e autoras identificadas, ou seja, praticamente metade da equipe.

Na competição masculina, observamos 38,1% das notícias assinadas por redações do Grupo Globo. Somando-se a este número, destacadamente dois jornalistas da própria empresa de mídia participaram da produção de outros 32% das publicações e os demais 58 profissionais mapeados produziram entre 4,74% e 0,19% da cobertura do portal na Copa América, colaborando com cerca dos 30% restantes do total.

Por outro lado, na competição das mulheres, identificamos 29,2% da produção noticiosa assinada pelas redações do conglomerado de mídia. Solitariamente, uma jornalista produziu 45,1% da cobertura, enquanto 34 diferentes jornalistas contribuíram com proporções entre 5,5 e 0,6% das notícias publicadas sobre a seleção brasileira feminina, contabilizando cerca de 26% do total.

Sabemos que o fato de a Copa América ter sido realizada no Brasil é fortemente determinante neste quantitativo de jornalistas dedicados a um e outro evento. Entretanto, o caráter continental da competição dos homens diante da dimensão global da Copa do Mundo, por si só é motivo suficiente para a dedicação e envio de uma equipe mais ampla para a cobertura do evento futebolístico delas, tal como é recorrente em redações de veículos nacionais nos períodos de realização de megaeventos como Copas do Mundo de Futebol Masculino e Jogos Olímpicos (Borelli e Fausto, 2002). Ademais, esperava-se que com a detenção dos direitos de transmissão televisiva para a tevê aberta no país, as Organizações Globo fariam maiores investimentos na cobertura jornalística da Copa do Mundo de Futebol Feminino e, em especial, da seleção brasileira, assim como tem-se identificado nos estudos que observam a influência e relação direta da detenção dos direitos de transmissão com o interesse pela promoção da cobertura jornalística de variadas manifestações esportivas (Almeida e Franceschi, 2019; Santos et al., 2020).

OS ENQUADRAMENTOS E SUB-ENQUADRAMENTOS DAS COBERTURAS

Sobre os tipos de enquadramento midiático-esportivo, observamos no Gráfico 3 a tendência do portal em enquadrar a Copa América mais nas dimensões da esportividade (40,1%) e do espetáculo (31,6%). Com relação à Copa do Mundo, a primeira dimensão de enquadre seguiu como na competição masculina (esportividade com 42%), mas diferentemente vemos na sequência a dimensão da emoção (24,4%) como segundo maior foco da cobertura.

Destacamos, diante desses dados, que não houve, ao menos proporcionalmente e do ponto de vista temático, uma diminuição esportiva das mulheres no conjunto da cobertura jornalística do GE. Paralelamente a isso, ressaltamos o enfoque maior à dimensão emocional do esporte na produção noticiosa sobre elas durante a competição. Isso reflete uma preocupação constante da sociedade em não “masculinizar” as mulheres praticantes de futebol, tentando de alguma maneira manter os

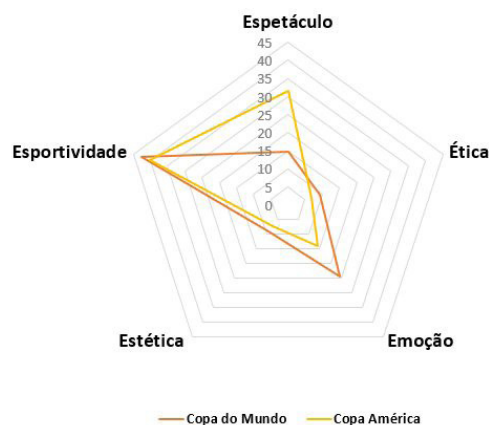


Gráfico 3. Enquadramento primário da cobertura jornalística da Copa América e da Copa do Mundo no portal GE. Fonte: elaborado pelos autores.

atributos que historicamente as caracterizam como sensibilidade, delicadeza, graça e beleza (Goellner, 2005a, b; Goellner e Kessler, 2018), ou seja, um ser humano a ser visto como mais emotivo, menos racional e, por conta disso, mais frágil.

A diminuição da dimensão do espetáculo na cobertura da Copa do Mundo também é indiciário de como a mídia esportiva analisada concebe o futebol de mulheres como um fenômeno em processo de espetacularização e, conseqüentemente, de profissionalização. Como explicam Marques et al. (2009), na história do esporte o estabelecimento de contratos de trabalhos para atletas ocorreu concomitante a sua transformação em mercadoria e em espetáculo, pois os recursos financeiros para a remuneração dos profissionais do campo esportivo passaram a advir destes processos de comercialização dele. Portanto, ao considerarmos que a própria mídia e as suas operações técnicas, sejam elas o entretenimento, a publicidade ou o jornalismo, são uma das partes principais responsáveis por espetacularizar e mercadorizar as manifestações esportivas na contemporaneidade (Pires, 2002; Marques et al., 2009), ao subvalorizar a dimensão do espetáculo na cobertura jornalística da Copa do Mundo, o Grupo Globo pouco contribuiu para a geração de potenciais rendas e, como consequência, para ampliação da profissionalização do futebol de mulheres no país.

No Gráfico 4, visualizamos que a cobertura de ambas as Copas ocorreu, tendencialmente, com enquadramentos noticiosos isolados. Vemos que 63,4% das notícias da Copa América e 44,7% da Copa do Mundo não possuíam elementos secundários na composição das notícias. Destacamos, no entanto, a leve preponderância da dimensão ética como elemento secundário na cobertura da competição feminina. Isso se deve à presença das questões de gênero e da luta das mulheres por igualdade em 14,7% dos constructos noticiosos veiculados naquele contexto. Todavia, visto que aquela seria uma ambiência propícia para

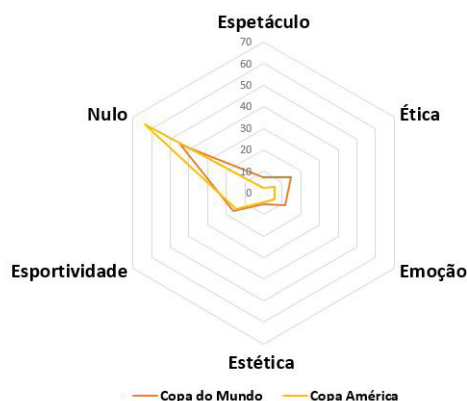


Gráfico 4. Enquadramento secundário da cobertura jornalística da Copa América e da Copa do Mundo no portal GE. Fonte: elaborado pelos autores.

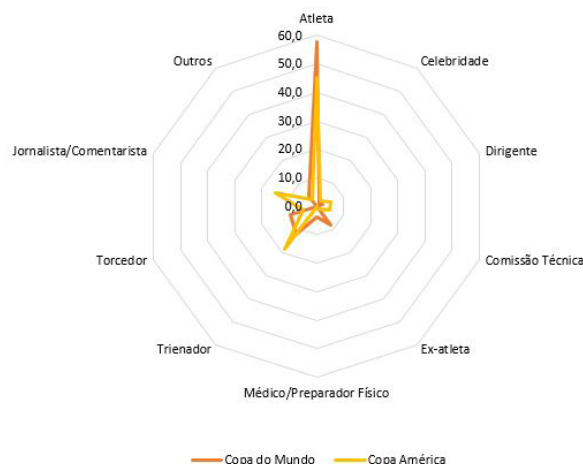


Gráfico 5. Fonte das entrevistas da cobertura jornalística da Copa América e da Copa do Mundo no portal GE. Fonte: elaborado pelos autores.

o levantamento e veiculação de informações sobre a temática, podemos apontar um indício de silenciamento da pauta na cobertura do portal.

A dimensão ética se destacando como um enquadramento secundário na cobertura midiática da Copa do Mundo corrobora com a análise desenvolvida por [Januario et al. \(2020, p. 57\)](#), que ao analisarem diferentes portais de notícias que veicularam informações sobre a competição, constataram que “[...] os portais realizaram uma cobertura que extrapola a performance da seleção brasileira, dando espaço para uma discussão mais ampla sobre o futebol de mulheres”.

Vale destacar que esta edição da Copa Feminina também foi marcante por conta do posicionamento de várias atletas ao longo da competição em favor da valorização do futebol feminino, como no caso da Marta que utilizou as suas chuteiras sem patrocínio, Ada Hegerberg, norueguesa eleita melhor atleta em 2018, que boicotou a competição pela falta de igualdade de tratamento entre o futebol masculino e feminino em seu país, além de Megan Rapinoe, atleta norte-americana (campeã da competição), que se recusou a cantar o hino do seu país e realizar a visita a Casa Branca após a conquista do título. Esses fatores de alguma forma contribuíram para a dimensão ética ter ganhado destaque na cobertura da imprensa ([Januario et al., 2020](#)), não sendo diferente com o GE.

AS FONTES DE NOTÍCIAS DAS COBERTURAS

Quanto às fontes das entrevistas, a cobertura das copas analisadas (Feminina e Masculina) concentrou a maioria de suas fontes nos(as) atletas (59,23% e 45,01%, respectivamente), conforme revela o Gráfico 5. Os jornalistas/comentaristas são o número com maior divergência entre as copas. Na Copa América a categoria representa 15,10% dos entrevistados, na Copa do Mundo o total é de apenas 2,3%.

Com relação ao sexo das fontes das notícias, conforme o Gráfico 6, vemos que a presença das mulheres

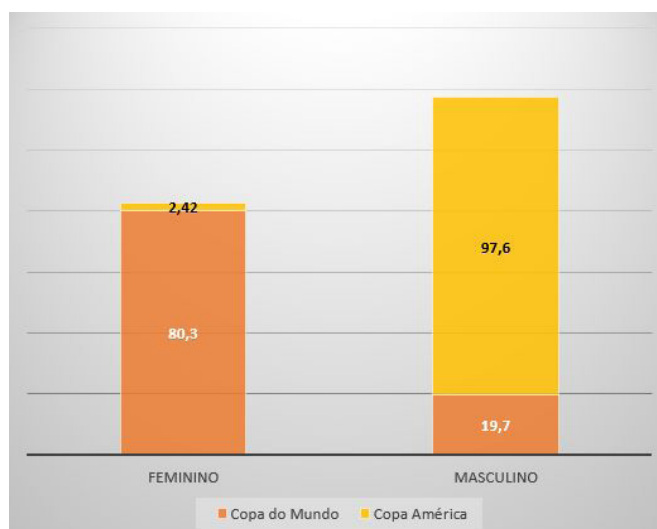


Gráfico 6. Sexo das fontes das entrevistas na cobertura jornalística da Copa América e da Copa do Mundo no portal GE. Fonte: elaborado pelos autores.

como entrevistadas na Copa América é praticamente inexistente. Por outro lado, observamos que os homens ainda ocuparam cerca de 20% do espaço das entrevistas veiculadas na cobertura da Copa Feminina.

Percebe-se que não há abertura para a fala das mulheres sobre o futebol praticado por eles. Todavia, vemos que a mídia em questão reproduz a ideia de que eles estão habilitados para falar, comentar e analisar o futebol delas. Este dado configura, por sua vez, mais um elemento distintivo de como a mídia contribui fortemente com o imaginário social de que os autorizados a falar sobre futebol são majoritariamente os homens, seja o praticado por eles ou o jogado por elas.

Ao levarmos em conta o conceito de “lugar de fala” ([Ribeiro, 2017](#)) e, assim, entendermos o futebol como um

lugar social, onde presume-se a existência de grupos com a autorização discursiva de falar sobre ele, verificamos em nossos achados, além da presença parcial de homens como fontes da Copa das mulheres, a produção de notícias por eles sobre a referida competição, conforme mencionado anteriormente. Nesse sentido, mesmo parcialmente, notamos a visão androcêntrica fortalecida, colocando os homens na posição de poder falar por elas e escrever sobre elas. Tais fatores contrapõem-se a luta das mulheres, mantendo-as como “grupo subalternizado” (Ribeiro, 2017) pelo exercício histórico de poder e dominação masculina, neste caso também manifesto no campo jornalístico esportivo, mesmo quando e onde elas são, esportivamente, protagonistas.

Muitas conquistas já foram realizadas nas relações de gênero no campo esportivo. Porém, se a prática discursiva, sobretudo a jornalística com seu estatuto de verdade, continua a reforçar a atribuição de papéis diferenciados, e neste caso negativo, de homens e mulheres, entendemos que a luta pela equidade torna-se mais lenta e mais complexa. Como nos termos de John (2014, p. 508), ainda que o discurso não seja sinônimo de comportamento, ele tem grande peso e participação nas construções sociais e culturais dos lugares onde vivemos. A partir do nosso estudo, portanto, é possível dizer que na ocasião da Copa do Mundo de Futebol Feminino de 2019, por meio da sua produção noticiosa, as Organizações Globo reproduziram dinâmicas socioculturais da dominação masculina no campo midiático-esportivo, pesando para o manutenção de tal concepção de sociedade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os achados do nosso estudo indicam que o investimento midiático do Grupo Globo no futebol das mulheres, comprando os direitos de transmissão para Copa do Mundo de futebol feminino, não significou priorização no espaço jornalístico em seu portal de notícias. Apesar da desigualdade manifesta, identificamos que não houve uma diferenciação na veiculação de ambas as competições como fenômenos representativos da esportividade. Neste ínterim, observamos que mesmo a Copa Feminina sendo um espaço propício para a circulação de informações sobre as questões de gênero e a luta das mulheres no esporte, esta foi uma dimensão secundarizada pela cobertura do portal.

Destacamos também que o GE, aparentemente, diferenciou a equipe de cobertura das Copas de acordo com o sexo dos e das jornalistas. Dedicou os homens para a competição masculina e, predominantemente, as mulheres para a feminina. Todavia, pudemos identificar a distinção de valor jornalístico atribuído à seleção dos homens e das mulheres, sobremaneira, pelo tamanho dessas equipes que se debruçaram nos eventos. O grupo de jornalistas que participaram da cobertura deles foi praticamente duas vezes maior do que a que se dedicou a elas. Se considerarmos a magnitude dos eventos

esportivos aqui analisados, a diminuição do mundial de futebol das mulheres diante de uma copa continental dos homens é mais um indício da perpetuação da subrepresentação do esporte praticado por elas no noticiário do maior conglomerado midiático do país.

O contexto investigado, onde manifestaram-se conquistas e avanços nos tempos e espaços televisivos dedicados ao futebol de mulheres, nos permite chamarmos atenção para o risco de elas estarem submetendo-se a uma prática recorrente da indústria cultural do esporte. O time da seleção brasileira delas tem se configurado como uma eminente peça de entretenimento, principalmente ao observarmos recorrentes transmissões de campeonatos amistosos e preparatórios na televisão aberta brasileira, sobretudo na TV Globo. Contudo, os achados do estudo indicam que tal processo não as fez, necessariamente, serem compreendidas como fenômeno de interesse público em equidade com o seu correlato masculino, tendo atenção e espaço jornalístico de veiculação e circulação de informações assim como eles. Portanto, temos indícios empíricos de que o processo de midiática do futebol de mulheres está restringindo-se a sua entretenimização e, por conseguinte, isto não tem lhe agregado valor a ponto de se transformar em notícia.

O nosso estudo deteve-se a um marco social e midiático relevante para o futebol de mulheres no Brasil. Todavia, a delimitação pontual ao maior evento esportivo delas pode ter sido gerador de achados de pesquisa representativos de avanços parciais na visibilidade e representação desta manifestação do esporte no país. Neste sentido, ressaltamos a necessidade de investigações científicas longitudinais da cobertura midiática e jornalística do esporte praticado por elas, de modo a termos indicativos mais concretos da condição e do estágio conquistado até aqui no que se refere à equidade de gênero no fenômeno esportivo e no futebol brasileiro. A partir disso conseguiremos desenvolver ações e políticas públicas melhor direcionadas para as desigualdades sociais perpetradas na atualidade.

FINANCIAMENTO

O presente trabalho não contou com apoio financeiro de nenhuma natureza para sua realização.

CONFLITOS DE INTERESSE

Os autores declaram não haver conflitos de interesse.

REFERÊNCIAS

- Almeida WD, Franceschi V No. Entre o direito de transmitir e o de informar. In: Rubio K, editor. Do pós ao neo Olimpismo: esporte e movimento olímpico no século XXI. São Paulo: Képos; 2019. p. 145-59.
- Borelli V, Fausto A No. Jornalismo esportivo como construção. Cad Comun, 2002:61-74.

- Brum A, Capraro AM. Mulheres no jornalismo esportivo: uma “visão além do alcance”? *Movimento*. 2015;21(4):959-71. <http://dx.doi.org/10.22456/1982-8918.52730>.
- Bueno NC, Marques JC. Jornalismo esportivo e relações de gênero: o espaço para a participação feminina. *Comunicação & Inovação*. 2020;21(45):110-28. <http://dx.doi.org/10.13037/ci.vol21n45.6240>.
- Carvalho TM, Grohmann R. Jornalismo esportivo vs esporte feminino. *Intercom - Rev Bras Ciênc Comun*. 2016;31.
- Castro L, Máximo ME. Marcas de silêncio: a invisibilidade da Seleção Brasileira de Futebol Feminino na cobertura esportiva. *Revista Iniciacom*. 2018;7(1):1-11.
- Costa L. Marta versus Neymar. A “Guerra dos Sexos” nos Jogos Olímpicos 2016. *Intercom – Rev Bras Ciênc Comun*. 2019. p. 1-15.
- Cruz KB, Campos MM. O Espaço Destinado a Cobertura da Seleção Brasileira na Copa América Feminina Através do Portal do Globo Esporte e Lance em 2018. *Intercom - Rev Bras Ciênc Comun*. 2019;31:1-10.
- Goellner SV, Kessler CS. A sub-representação do futebol praticado por mulheres no Brasil. *Rev USP*. 2018:31-8. <https://doi.org/10.11606/ISSN.2316-9036.V0I117P31-38>.
- Goellner SV. Mulheres e futebol no Brasil: entre sombras e visibilidades. *Rev Bras Educ Fís Esporte*. 2005a;19:143-51. <https://doi.org/10.1590/S1807-55092005000200005>.
- Goellner SV. Mulher e esporte no Brasil: entre incentivos e interdições elas fazem história. *Pensar Prát*. 2005b;8(1):85-100. <https://doi.org/10.5216/RPP.V8I1.106>.
- Januario SB, Lima CAR, Leal D. Futebol de mulheres na agenda da mídia: uma análise temática da cobertura da Copa do Mundo de 2019 em sites jornalísticos brasileiros. *Rev Observatorio*. 2020;14:42-62. <https://doi.org/10.15847/OBSOBS14420201590>.
- John VM. Jornalismo esportivo e equidade de gênero: a ausência das mulheres como fonte de notícias na cobertura dos Jogos Olímpicos de Londres 2012. *Estudos em Jornalismo e Mídia*. 2014;11(2):498-509. <http://dx.doi.org/10.5007/1984-6924.2014v11n2p498>.
- Leal D. Por que o futebol de mulheres não para de bater recordes de audiência? [Internet]. *Ludopédio*; 2020 [citado 2021 Nov 13]. Disponível em: <https://ludopedio.org.br/arquivancada/o-sucesso-por-tras-dos-numeros/>
- Marchi W Jr. O esporte “em cena”: perspectivas históricas e interpretações conceituais para a construção de um modelo analítico. *JLASSS*. 2015;5:46-67. <https://doi.org/10.5380/jlasss.v5i1.43890>.
- Marques RFR, Gutierrez GL, Montagner PC. Novas configurações socioeconômicas do esporte na era da globalização. *Rev Educ Fis UEM*. 2009;20:637-48. <https://doi.org/10.4025/reveducfis.v20i4.6090>.
- Martins LT, Moraes L. O futebol feminino e sua inserção na mídia: a diferença que faz uma medalha de prata. *Pensar Prát*. 2007;10(1). <http://dx.doi.org/10.5216/rpp.v10i1.167>.
- Mazo JZ, Balardin GF, Bataglion GA. Mulheres no futebol: alterações no regulamento da Conmebol e espaço na mídia televisiva. *Camin. da Hist*. 2020;25:58-73. <http://dx.doi.org/10.38049/issn.2317-0875v25n1p.58-73>.
- Mendonça R. Pela 1ª vez na história. Globo transmitirá seleção feminina na Copa [Internet]. *Uol Esporte*; 2020 [citado 2020 Jul 31]. <https://dibradoras.blogosfera.uol.com.br/2018/12/10/pela-1a-vez-na-historia-globo-transmitira-selecao-feminina-na-copa/?cmpid=copiaecola>
- Mendonça RF, Simões PG. Enquadramento: diferentes operacionalizações analíticas de um conceito. *Rev Bras Ciênc Soc*. 2012;27(79):187-235. <http://dx.doi.org/10.1590/S0102-69092012000200012>.
- Mourão L, Morel M. As narrativas sobre o futebol feminino: o discurso da mídia impressa em campo. *Rev Bras Ciênc Esporte*. 2005;26:73-86.
- Mühlen JCV, Goellner SV. Jogos de gênero em Pequim 2008: representações de feminilidades e masculinidades (re) produzidas pelo site Terra. *Rev Bras Ciênc Esporte*. 2012;34(1):165-84. <http://dx.doi.org/10.1590/S0101-32892012000100012>.
- Oliveira AP, Oliveira NL. A mulher no Jornalismo Esportivo. *Rev Observatorio*. 2017;3(5):402-24. <http://dx.doi.org/10.20873/uft.2447-4266.2017v3n5p402>.
- Passero JG, Barreira J, Tamashiro L, Scaglia AJ, Galatti LR. Futebol de mulheres liderado por homens: uma análise longitudinal dos cargos de comissão técnica e arbitragem. *Movimento (Porto Alegre)*. 2020;26:26060. <http://dx.doi.org/10.22456/1982-8918.100575>.
- Pires GDL, Lazzarotti A Fo, Lisbôa MM. Educação Física, mídia e tecnologias - incursões, pesquisa e perspectivas. *Kinesis*. 2012;30(1):55-79. <http://dx.doi.org/10.5902/010283085723>.
- Pires GDL, Lisbôa MM. Quem será “mais Brasil” em Londres/2012?: enquadramentos no telejornalismo esportivo dos Jogos Olímpicos. *Florianópolis: Tribo da Ilha*; 2015.
- Pires GDL. A Educação Física e o discurso midiático: abordagem crítico-emancipatória. *Ijuí: Unijuí*; 2002.
- Ribeiro D. O que é lugar de fala? *Belo Horizonte (MG): Letramento*; 2017.
- Rihan TM, Soares JP, Novais M. Impedimentos e resistências: o futebol de mulheres no Brasil. In: *XX Congresso Brasileiro de Ciências do Esporte; VII Congresso Internacional de Ciências do Esporte*; 2017; Goiânia. *Goiânia: Colégio Brasileiro de Ciências do Esporte*; 2017. p. 2178-82.
- Santos SM, Almela JS, Souza DL. A influência dos direitos de transmissão no jornalismo esportivo: um estudo com jornalistas sobre a cobertura dos Jogos Paralímpicos Rio/2016. *Movimento*. 2020;26:e26010. <http://dx.doi.org/10.22456/1982-8918.90427>.
- Souza JSS, Knijnik JD. A mulher invisível: gênero e esporte em um dos maiores jornais diários do Brasil. *Rev Bras Educ Fís Esporte*. 2007;21:35-48.