

De qual futebol está falando? O contraste de um símbolo nacional na Folha de São Paulo

BRUNO JOSÉ GABRIEL*

MIGUEL ARCHANJO DE FREITAS JR.**

O futebol no Brasil é irrefutavelmente o esporte que possui maior significância e representatividade¹. O esporte bretão, “enquanto um ritual, apropriado e transformado em um elemento da nossa cultura” (GIGLIO, 2007, p. 55) é parte integrante do cotidiano da maioria dos brasileiros, sendo um núcleo simbólico, que associado aos diversos símbolos regionais representa as culturas nacionais e as suas diversas manifestações.

A representatividade e a identificação do futebol para o brasileiro possuem vários pilares sustentadores, dentre eles, o selecionado e, não obstante, os ídolos e/ou heróis que compõe a equipe nacional (HELAL; MURAD, 1995). Estes fatores são facilmente observados, a cada quatro anos, durante o período de Copa do Mundo, quando a rotina laboral e a arquitetura dos segmentos sociais se alteram, para torcer pelo Brasil. As empresas, as residências, o comércio, os clubes, as instituições socializadoras e todos os outros esportes praticamente param para torcer pelo selecionado nacional, ao passo que integram o verde e o amarelo aos seus hábitos cotidianos.

Em função do status quo da significância do futebol, este é publicado diariamente na ‘mídia global’ (o jornal, a revista, o rádio, a televisão e a internet), principalmente na esportiva. Entretanto, mesmo sendo o núcleo simbólico das diversas manifestações culturais, o interesse de milhões de pessoas, e da mídia, o futebol apresenta alguns contrastes simbólicos.

Nesse sentido, se observa a identificação, o envolvimento, a aceitabilidade e o discurso histórico da mulher em detrimento ao homem nesta modalidade esportiva, nas diversas instâncias sociais, dentre elas a mídia. Os veículos midiáticos, enquanto construtores simbólicos de acontecimentos culturais influenciam as redes de disposições individuais e sociais, através dos sentidos inerentes das suas reportagens (BORELLI, 2001; BORELLI, 2002).

* Graduado em Licenciatura em Educação Física pela Universidade Estadual de Ponta Grossa. Atualmente é mestrando em Ciências Sociais Aplicadas pela mesma instituição de ensino.

** Possui mestrado em Ciências Sociais Aplicadas pela Universidade Estadual de Ponta Grossa. É Doutor em História pela Universidade Federal do Paraná.

¹ Agradecimento especial: a Wendell Luiz Linhares, que realizou conjuntamente a catalogação das reportagens. Este trabalho também é merecidamente seu.

2

Assim, cabe perguntar, em pleno século XXI, tempo posterior as conquistas feministas da década de 70 e 80, a equidade legal de gênero nas instâncias sociais, as constantes borrações das fronteiras estruturais de gênero e, somando a estes fatores, as conquistas recentes das meninas do Brasil, concomitantemente as da sua principal jogadora, a Marta: qual o simbolismo do futebol feminino no Brasil? Qual a significância e a representatividade do selecionado nacional feminino? Respeitando a relativa autonomia dos campos, qual a periodicidade do futebol feminino na mídia?

Diante deste cenário previamente salientado, o objetivo principal do presente estudo é analisar quanti-qualitativamente as exposições dos selecionados nacionais, masculino e feminino, no discurso da mídia impressa, mais especificamente, na Folha de São Paulo. Optou-se por este periódico, devido a sua elevada tiragem e, o seu alcance nacional. Para alcançar a proposta de estudo, se delimitou as aferições das reportagens, durante os anos de realização da última edição da principal competição deste esporte, a Copa do Mundo, tanto para os homens, em 2010, como para as mulheres, em 2011.

Mídia, Símbolos e Habitus

A ‘mídia global’ é conhecida nas sociedades democráticas, como quarto poder - em alusão aos outros três poderes típicos do Estado democrático, o Legislativo, o Executivo e o Judiciário. Esta expressão foi criada, devido à capacidade e/ou competência midiática em reproduzir informações, construir regras de comportamento e influenciar a escolha das pessoas, ou seja, produzir sentidos e modos de existência e de vida hegemônicos (BORELLI, 2001. COIMBRA, 2001).

Devido à grande visibilidade de algumas temáticas, geradas pela exposição midiática, ela (a mídia) é considerada atualmente um dos mais importantes “equipamentos sociais”, estruturadora de símbolos dominantes de “significação e interpretação do mundo” (COIMBRA, 2001, p. 2). A visibilidade que alguns acontecimentos conseguem através e por meio da mídia, muitas vezes impõe consciente ou inconscientemente uma “regra social”: pois “a mídia escolhe e seleciona os fatos e as pessoas que serão destaque” (SOUZA; KNIJNIK, 2007). A jornalista Viviane Borelli (2001) corrobora com os dizeres supracitados, e destaca que “[...] atualmente não se fala mais em acontecimento fora das mídias. Isto é, só há

3
acontecimento se ele for público, se houver oferta de sentidos, mediada pelos meios de comunicação, para a opinião pública.”, pois se não foi veiculado, “passam a ser apenas ocorrências” (p. 3).

Nesse sentido, e, em função da rede de relações/interações estabelecida entre a mídia e a sociedade (leitor, espectador e/ou ouvinte, em relação ao jornal, televisão, a internet e a rádio), esta tem sido eficaz em influenciar o sistema de disposição das pessoas (habitus). Ao aceitar e interiorizar os sentidos² (símbolos) dominantes de significação e interpretação do mundo, sem refleti-los e questioná-los, se inicia um processo reestruturação do habitus, que, logicamente será comandado pela estrutura anterior deste. Ou seja, ao se transpor, reforçar e/ou modelar o habitus através de sentidos, um novo se estruturará. Vale ressaltar, que os habitus individuais e sociais, não são somente processos comportamentais, pois representam a percepção (como o indivíduo vê determinada situação), apropriação (como ele julga) e ação (como age em função das experiências armazenadas³).

Sobre esta questão, a pesquisadora, Viviane Borelli reforça que se estabelece uma rede de relações entre a mídia (o jornal) e a sociedade. A autora também destaca a influência da história vida do leitor, e a prioridade editorial na sedimentação desta relação, utilizando como exemplo, a mídia esportiva.

“[...] o papel do leitor é fazer sua leitura singular do material ofertado, baseado em sua história de vida, em todo seu conhecimento adquirido e também com base nas marcas enunciativas. Desta forma, o sentido se estabelece nas relações entre o material produzido (jornal) e o que se reconhece neste jogo de significados. Isto é, cada leitor, estabelecerá um sentido singular neste jogo de produção de sentidos, gerando-se inúmeros outros acontecimentos, a partir da cobertura midiática do acontecimento esportivo [...].

O sentido está nos rituais, nas estratégias, nas interações entre o leitor e o jornal. Através desta interação, é que os sentidos se estabelecem” (p. 12/13).

O Esporte, a Mídia Esportiva e o Futebol

Ao longo de sua história o esporte foi se legitimando como um acontecimento significativo para as sociedades. Castellani Filho (1989) o entende como um dos “fenômenos

² “A mídia, quando se reporta a um acontecimento, não é somente uma reprodutora de informações, mas, sobretudo, uma produtora de sentidos, já que a mídia não se caracteriza como lugar de passagem, mas de construção simbólica dos acontecimentos” (p.3/4).

³ “As estruturas de um habitus logicamente anterior comandam, portanto, o processo de estruturação de novos habitus a serem produzidos por novas agências pedagógicas” (ORTIZ, 1994, p. 18).

4

culturais mais significativos do mundo contemporâneo” (p. 87) e, por conseguinte, este conseguiu alcançar um espaço bastante amplo na ‘mídia global’, “se comparado a outros campos do conhecimento” (BORELLI, 2002, p. 2).

O esporte enquanto um elemento da cultura globalizada, paulatinamente foi se transformando em espetáculo (RIBEIRO, 2007). Isto posto, os eventos esportivos deste período, passaram a ser considerados acontecimentos sociais, expositores de fatos complexos, por envolverem além das disposições competitivas, dimensões culturais, econômicas, sociais, políticas, étnicas, religiosas, e, por conseguinte milhões de pessoas. Entretanto, esse envolvimento multidimensional somente se sedimenta, dentre as várias ações intervenientes, devido o estabelecimento da rede triádica de relações, mídia/esporte/sociedade (HELAL, 1998; BORELLI, 2001).

O esporte só ganha existência social porque passa por procedimentos técnicos, teóricos e por uma grande conversação empreendida no cotidiano, seja pela construção da agenda midiática ou pelas falas dos atores sociais - da opinião pública. Sem o empreendimento da linguagem sobre o esporte, ele passa a ser apenas uma atividade regrada, praticada pelos seus atores, ficando limitada à experiência daqueles que o vivenciam (BORELLI, 2002, p. 3).

Nesta perspectiva, os agentes sociais de um evento esportivo, não se limitam somente aos competidores, pois são também “a platéia, os dirigentes, a mídia, os patrocinadores, os diretores esportivos [...]” (BORELLI, 2001, p. 3). Segundo Helal (1998), mesmo sendo pertencente a campos sociais distintos, a mídia, o público, os competidores e os ídolos coexistem mutuamente dentro de um universo, onde cada um não faz sentido sem o outro.

Nesse sentido, o sub campo mídia esportiva se legitimou, dentro de um campo muito maior (a ‘mídia global’). Este campo é permeado por várias disputas de poderes, onde cada sub campo tenta obter maior visibilidade no jornal. A jornalista Viviane Borelli (2002), destacou o ‘status’ privilegiado do esporte na ‘mídia global’, ao expor que:

“Nos jornais, o esporte ‘habita’, via de regra, as últimas páginas, consideradas, juntamente com as primeiras, as mais atrativas e privilegiadas do conteúdo jornalístico. Assim, ele tem um status diferenciado das demais editorias, pois é tematizado em lugares considerados especiais. [...]”
“Na televisão, o esporte é uma das poucas práticas que tem amplo espaço, com vários programas especializados”.

“Já no rádio, as transmissões esportivas dominam a programação nos finais de semana, nos dias de jogos. Porém, o esporte não ocupa apenas o período de duração de jogos, mas abrange um largo espaço de tempo, que ultrapassa estes limites. Na internet, há sites de jornais, revistas e órgãos especializados que possuem muitos links para assuntos relativos ao esporte, ocupando também um grande espaço na rede mundial” (p. 9).

HELAL (1998) corrobora com os dizeres expostos, ao retratar que os eventos esportivos modernos se tornaram um dos principais símbolos do “processo de midiaticização” dos eventos culturais. Não obstante, o futebol, é a modalidade esportiva que obtém maior predominância na mídia esportiva (televisiva, radiofônica, impressa e virtual).

Nesse sentido, diariamente observamos a mídia esportiva construindo sentidos sobre os eventos dos futebolis: locais, regionais, nacionais, internacionais clubísticos, internacionais dos selecionados. Os grandes eventos futebolísticos dos selecionados, principalmente a Copa do Mundo, têm menor periodicidade, devido o seu período de realização (a cada quatro anos), entretanto, o processo pré e pós-competição também são expostos midiaticamente, que resulta em um acompanhamento geral.

A Desigualdade de Gênero através do Futebol

Mesmo obtendo uma grande visibilidade nos meios de comunicação, o esporte, e mais especificamente as modalidades em que o domínio masculino é incontestado, como o futebol, ainda é ao mesmo tempo o campo que diariamente apresenta uma grande desigualdade no tratamento, nas oportunidades, no discurso e na visibilidade conferida as mulheres, mostrando que atualmente, ainda reverberam os efeitos duradouros dos habitus sexistas. Além desta situação, é inequívoco que esta modalidade é utilizada no enrijecimento do masculino e do feminino como opostos e antagônicos.

Vários são os argumentos possíveis de serem recrutados para comprovar as afirmações supracitadas. Porém, recorro a acontecimentos mais contemporâneos e a investigações científicas de autores relevantes desta temática.

Em setembro de 2001, a Federação Paulista de Futebol (FPF) reeditou o campeonato paulista feminino desta modalidade, chamado de Paulistana. Este evento futebolístico foi divulgado e coberto midiaticamente em vários jornais do Estado de São Paulo, e diversos jogos foram televisionados ao vivo, em canais abertos.

6

Porém, para participar do processo seletivo, algumas pré-condições estéticas precisavam ser cumpridas, pois a FPF via a beleza como requisito fundamental para selecionar as meninas que disputariam a competição⁴. Exemplificando, as atletas deveriam ter cabelos longos, utilizar maquiagem e estar na faixa etária estabelecida (16 a 23 anos), “provavelmente pelo fato das imagens das mais novas serem mais facilmente erotizáveis na mídia em geral” (KNIJNIK; VASCONCELOS, 2003, p. 77). Os autores reforçam que em meio há inúmeras polêmicas, como representações políticas e protestos de jogadoras na mídia, a Paulista 2001 aconteceu nestes moldes.

Já em Agosto de 2003, é uma iniciativa da Confederação Brasileira de Futebol (CBF) que gerou polêmica no trato com o futebol feminino. Ao anunciar a convocação, para o selecionado nacional, de uma jogadora, que hipoteticamente não teria condições técnicas para integrá-lo. Entretanto esta era bonita, loira e conhecida midiaticamente - Milene Domingues (que neste período era modelo, jogadora e esposa do Ronaldo, os fenômeno)

Inicialmente, Paulo Dutra, o supervisor do selecionado descartou a imposição na convocação da atleta e, salientou um processo observacional sobre a mesma e, a constatação da qualidade técnica desta como o critério para a convocação⁵. Entretanto, quando o anúncio ocorreu, o selecionado já estava encerrando o processo de preparação para o Mundial dos EUA, porém, no anonimato.

Posteriormente a integração de Milene ao grupo que estava na Granja Comary, a polêmica se concretiza. O técnico Paulo Gonçalves, diferentemente da manifestação do representante da CBF, afirmou que nunca viu a atleta jogar e, que a convocação foi uma sugestão da entidade para o selecionado, e o futebol feminino obterem visibilidade midiática. Em meio às polêmicas, a atleta foi mantida no grupo que disputou o Mundial-03⁶.

Ludmila Mourão e Márcia Morel (2005) observaram e analisaram as narrativas da mídia impressa no que tange ao futebol feminino e a resistência as mulheres futebolistas. Utilizaram reportagens de diversos jornais e revistas no período de 1930 a 2000. Durante todos esses períodos, o futebol feminino foi associado a metáforas de resistência do tipo: fragilidade, estética, masculinização. Percebeu-se que a pratica discursiva em relação ao

⁴ ARRUDA, E. FPF institui jogadora-objeto no Paulista. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 16 de Setembro de 2001.

⁵ SELEÇÃO chama ‘embaixadinha’ de Milene. **Folha de São Paulo**. São Paulo, D3, 28 de Agosto de 2003.

⁶ RANGEL, S. Fora de forma e dos planos, Milene está inscrita no Mundial dos EUA

7

futebol feminino é lenta, e não evolui. Ao alternar entre momentos de visibilidade e invisibilidade, as autoras constataram que esta modalidade não se consolidou midiaticamente e simbolicamente no Brasil.

Por fim, Santos e Medeiros (2012) analisaram os significados que emolduraram os discursos proferidos durante as narrações das partidas da equipe feminina do Santos Futebol Clube, na Libertadores 2009, que foi transmitida pela Rede Bandeirantes de Televisão. As autoras observaram discursos sobre os aspectos técnicos e táticos dos jogos, além de comparações positivas delas com os ídolos homens. Entretanto, a beleza, o cabelo, os acessórios estéticos e a biologia das jogadoras também obtiveram menções. Concluiu-se que há uma necessidade de uma ressignificação dos sentidos incorporados à mulher pelas diversas instâncias sociais, dentre elas a mídia.

Resultados e Discussões

Em conformidade com os dados obtidos pela literatura, que relata as relações de gênero e esporte nos veículos midiáticos, mais especificamente, nos jornais impressos, este levantamento de reportagens, da Folha de São Paulo, balizado temporalmente para homens e mulheres, apresentou uma disparidade bastante grande na cobertura do “esporte símbolo” do Brasil.

De um total de 788 reportagens, o selecionado nacional de futebol dos homens, recebeu 95,6% da cobertura midiática, contra 4,4% das mulheres. Ou seja, durante o ano (janeiro a dezembro) de realização da Copa do Mundo 2010, o selecionado dos homens, obteve 753 aparições. Posteriormente, em 2011, ano de realização da Copa do Mundo de futebol feminino, o selecionado nacional, apareceu em 35 reportagens (TABELA 1). Vale ressaltar, que em outubro de 2011, se realizou mais uma edição dos Jogos Panamericanos, em Guadalajara, no México e, a campanha do futebol feminino, recebeu uma cobertura, com seis (06) reportagens, pois, caso contrário, a disparidade midiática dos futebolis seria ainda maior.

	Janeiro/Dezembro
Selecionado Nacional	753 – 95,6%
– Homens (2010)	

8

Selecionado Nacional	35 – 4,4%
– Mulheres (2011)	
Total	788 – 100%

Tabela 1 – Número total de matérias e percentuais sobre o total de reportagens catalogadas, em relação aos futebolis nacionais.

Ao comparar mensalmente as aparições midiáticas, durante os respectivos anos, verificou-se que a disparidade de visibilidade dos futebolis na Folha de São Paulo é constante. Em janeiro, são 27 (96,4%) publicações dos homens versus 1 (3,6%) das mulheres; em fevereiro, 38 (95%) versus 2 (5%); em março, 61 (98,4%) versus 1 (1,6%); em abril, 63 (100%) versus 0; em maio, 201 (97,1%) versus 6 (2,9%); em junho, 80 (97,6%) versus 2 (2,4%); em julho 143 (92,3%) versus 12 (7,7%); em agosto, 55 (98,2%) versus 1 (1,8%); em setembro, 31 (100%) versus 0; em outubro, 24 (77,4%) versus 7 (22,6%); em novembro, 18 (100%) versus 0; em dezembro, 12 (80%) versus 3 (20%) – (TABELA 2).

<i>Meses</i>	<i>Selecionado Nacional Masculino (2010)</i>	<i>(%)</i>	<i>Selecionado Nacional Feminino (2011)</i>	<i>(%)</i>
Janeiro	27	96,4	1	3,6
Fevereiro	38	95	2	5
Março	61	98,4	1	1,6
Abril	63	100	0	0
Mai	201	97,1	6	2,9
Junho	80	97,6	2	2,4
Julho	143	92,3	12	7,7
Agosto	55	98,2	1	1,8
Setembro	31	100	0	0
Outubro	24	77,4	7	22,6
Novembro	18	100	0	0
Dezembro	12	80	3	20

Total	753	-	35	-
--------------	-----	---	----	---

Tabela 2 – Comparação mensal de aparições, em relação aos futebolis nacionais.

A estatística supracitada, igualmente mostrou (MARTINS; MORAES, 2007; FERRETTI ET AL., 2011), identificou que o aumento da visibilidade do futebol das mulheres, está relacionado com as competições disputadas pelo selecionado nacional.

Anteriormente a participação, o futebol feminino vive um período de sonolência, com poucas aparições, pois “não há jornalistas [...] acompanhando a preparação da equipe nacional” (REIS, L. Folha de São Paulo. São Paulo, 8 mai. 2011, p. D8.). Já a masculina, vive um período de turbulência, com muitas aparições, pois se discute a convocação de vários jogadores, outros criam expectativa em serem lembrados e por fim, se discute as ausências mais sentidas, concomitantemente, a teimosia do técnico.

Ronaldinho Gaúcho está na frente de Neymar na corrida pela “surpresa da convocação” para a Copa de 2010. É o que diz Pelé, que revelou a **Folha** manter conversas constantes com Dunga. Numa delas, o treinador da seleção que o meia do Milan esta na frente do agora campeão menino da Vila.

“Veja o Ronaldinho que eu tirei da seleção. Ele voltou a jogar bola [bem] e está jogando muito [no Milan], está fazendo gols. Se eu tiver que convocar alguém, acha que vou levar quem? O Ronaldinho que já disputou Copa do Mundo, que já esteve lá, ou Neymar?”, disse o treinador AP ex-camisa 10 na última semana.

De acordo com Dunga, para dar chance agora aos meninos da Vila, outros jogadores também deveriam ser lembrados, como o meio-campista Wesley “que está jogando muito no meio campo”, disse o treinador, segundo Pelé. (BERGAMO, M; CAMPANHA, D. Folha de São Paulo. São Paulo, 4 mai. 2010, p. D1.).

Paulo Henrique Ganso está se reerguendo.

Após o baque de ter ficado fora da Copa do Mundo –ele admite que a sua própria expectativa era muito grande-, o camisa 10 do Santos passou horas em total desolação até entrar em campo contra o Grêmio pela Copa do Brasil e brilhar. (REIS, L Folha de São Paulo. São Paulo, 16 mai., 2010, p. D3).

Dunga usou cinco vezes a palavra “coerência”. Outras três vezes, “comprometimento”. De blazer marrom sobre camisa verde e camiseta amarela, exaltou o “patriotismo” que aprendeu com a mãe, ex-professora de história e geografia.

E foi agarrado a essa trindade que convocou a seleção brasileira para a África do Sul, que começa em 30 dias.

O treinador apostou no continuísmo e na fidelidade dos jogadores a seu trabalho. A ponto de convocar atletas que são reservas em seus clubes, como Kleber (Flamengo), Doni e Júlio Baptista (ambos da Roma), mas que o apoiaram em algum momento na seleção.

Dunga deixou de fora os “fantásticos e maravilhosos” Ganso e Neymar, além dos “indiscutíveis” Adriano e Ronaldinho, para não perder “o comando da seleção no mundial”. (RANGEL, S.; GRELET, F.; JÚNIOR, C. Folha de São Paulo. São Paulo, 12 mai, 2010, p. D1.).

Durante a competição, há uma cobertura diária do selecionado masculino. Discute-se o desempenho da seleção, dos jogadores e as possibilidades futuras. Diferentemente o feminino, tem cobertura restrita aos jogos mais importantes e aos seus resultados – por exemplo, quartas de final e a desclassificação.

Líder em assistência no Mundial da África e apontado no período pré-Copa como protagonista da seleção, Kaká não é uma unanimidade entre os torcedores.

O camisa 10 da seleção é considerado o melhor (tecnicamente empatado com Robinho) e o pior jogador do Brasil, diz o Datafolha (SÃO PAULO. Folha de São Paulo. São Paulo, 2 jul, 2010, p. D12).

Vencer a Holanda hoje, para o Brasil, significa não só continuar vivo na Copa mas ajudar a apagar 4 anos e a avançar outros quatro. (ARRUDA, E.; FERNANDES, M.; COBOS, P.; RANGEL, S. Folha de São Paulo. São Paulo, 3 jul, 2010, p. D2.).

Posteriormente ao término da competição, o resultado final, seja positivo e/ou negativo, é bastante discutido, em relação ao futebol masculino. Ou seja, exalta-se, com mais ênfase os heróis, ídolos, culpados, inocentes, vilões e, as várias nuances dos vários acontecimentos, além do planejamento que se segue para as próximas edições. Já o futebol feminino, volta ao estado de sonolência, com poucas aparições, majoritariamente, em função da publicação sobre as jogadoras. Esta constatação justifica a continuidade da periodicidade e, do período de turbulência, do futebol dos homens.

Foram, em Port Elizabeth, 45 minutos de bom futebol e outros 45 tenebrosos na doída eliminação nas quartas de final da Copa do Mundo da África do Sul (ARRUDA, E.; FERNANDEZ, M.; COBOS, P.; RANGEL, S. Folha de São Paulo. São Paulo, 3 jul, 2010, p. D4).

O volante Felipe Melo nunca tinha com a camisa da seleção brasileira. Ontem, além de amargar a primeira derrota, o jogador da Juventus foi um dos protagonistas da eliminação da equipe nacional na Copa do Mundo 2010 (ARRUDA, E.; FERNANDEZ, M.; COBOS, P.; RANGEL, S. Folha de São Paulo. São Paulo, 3 jul, 2010, p. D10).

Quem assumir a seleção no lugar de Dunga, em decisão que deve ser tomada pela CBF só após o final do Mundial da África do Sul, tem hoje, a quatro anos da copa de 2014, uma geração talentosa e que pode estar no auge físico e técnico quando o Brasil voltar a sediar uma competição. (ARRUDA, E.; FERNANDEZ, M.; COBOS, P.; RANGEL, S. Folha de São Paulo. São Paulo, 4 jul, 2010, p. D2).

Em sua primeira lista de convocados, o novo técnico do Brasil, Mano Menezes, trocou mais atletas do que Dunga em relação ao Mundial anterior, reduziu a média de idade em cerca de seis anos e chamou dez novatos (JUNIOR, C.; GRELETTI, F. Folha de São Paulo. São Paulo, 27 jul, 2010, p. D2.)

Considerações Finais

Percebeu-se até o presente momento, que os efeitos duradouros dos habitus sexistas continuam a reverberar, atualmente, nas instâncias sociais, dentre elas, na mídia impressa. Isto posto, a desmistificação do futebol, enquanto um esporte masculino, continua lenta e sem linearidade.

Mesmo funcionando como produtora e/ou reprodutora de sentidos e, modeladora de modos de existir e viver hegemônicos, seria tendencioso pensar a mídia impressa como uma força uníssona neste processo. Porém, é também, por intermédio de suas construções, que os símbolos, as identidades, os comportamentos, as representações, os estereótipos, as ações e os habitus dominantes de gênero são instituídos, reverberados, refletidos e disseminados.

Assim, a baixa periodicidade e, a disparidade na cobertura do selecionado nacional dos homens e das mulheres, mostrou, que o futebol feminino ainda não adquiriu significância e representatividade para as pessoas e para mídia impressa brasileira. Entretanto, verificamos micro rupturas sociais, que ainda não garantiram ao futebol feminino afirmação e constância.

Referências

BORELLI, V. Cobertura midiática de acontecimentos esportivos: Uma breve revisão de estudos. In: INTERCOM, XXIV, 2001, Campo Grande/MS. **Anais...** Campo Grande, 2001, p. 1-15.

BORELLI, V. O esporte como uma construção específica no campo jornalístico. In: INTERCOM, XXV, 2002, Salvador/BA. **Anais...** Salvador, 2002, p. 1-22.

CASTELLANI FILHO, L. Esporte e Mulher. **Motrivivência.**, Santa Catarina, n.2, p. 1-6, 1989.

COIMBRA, M. C. B. Mídia e Produção de Modos de Existência. **Psicologia: Teoria e Pesquisa.**, Brasília, v.17, n. 1, p. 1-4, jan./abr. 2001.

12

FERRETTI, M. A. C.; ZUZZI, R. P.; VIANA, A. E. S.; JUNIOR, F. M. V. O Futebol Feminino nos Jogos Olímpicos de Pequim. **Motriz.**, Rio Claro, v. 17, n.1, p. 117-127, jan./mar. 2011.

GIGLIO, S. S.; **FUTEBOL: Mitos, ídolos e heróis.** 2007, 160 f. Dissertação (Mestrado em Educação Física) – Faculdade de Educação Física, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2007.

GOELLNER, S. V. Mulheres e futebol no Brasil: entre sobras e visibilidades. **Rev. bras. Educ. Fís. Esp.**, São Paulo, v. 19, n. 2, p. 143-51, abr./jun. 2005.

_____. Mulher e Esporte no Brasil: Entre incentivos e interdições elas fazem história. **Rev. Pensar a Prática.**, Goiás, v. 8, n. 1, p. 85-100, jan/jun. 2005a.

HELAL, Ronaldo; MURAD, Maurício. Alegria do povo e Don Diego: reflexões sobre o êxtase e a agonia de heróis de futebol. **Pesquisa de Campo**, Rio de Janeiro, n. 1, p. 63-79, 1995.

HELAL, Ronaldo. Cultura e idolatria: ilusão, consumo e fantasia in Cultura e Imaginário: interpretação de filmes e pesquisa de idéias. ROCHA, Everardo (org.), 1998.

_____. A construção de narrativas de idolatria no futebol brasileiro. **Alceu**, Rio de Janeiro, v.4, n.7, p. 19-36, jul./dez. 2003.

MARTINS, L. T.; MORAES, L. O Futebol Feminino e a sua inserção na mídia: a diferença que faz uma medalha de prata. **Pensar a Prática**, v. 10, n. 1, p. 69-81, jan./jun. 2007.

MOURÃO, L.; MOREL, M. As Narrativas sobre o Futebol Feminino: o discurso da mídia impressa em campo. **Revista Brasileira de Ciência do Esporte**, Campinas, v. 26, n. 2, p. 73-86, jan. 2005.

RIBEIRO, L. A crise da autonomia no futebol globalizado: A experiência europeia (1985-2007). In: _____. (Org) **Futebol e Globalização.** 1 ed. Jundiaí, 2007. p. 1-260.

SANTOS, D. S do.; MEDEIROS, A. G. A.; O Futebol feminino no discurso televisivo. **Rev. Bras. Ciên. Esporte.**, Florianópolis, v.34, n.1, p. 185-196, jan./mar. 2012.

SOUZA, J. S. S.; KNIJNIK, J. D.; A mulher invisível: gênero e esporte em um dos maiores jornais diários do Brasil. **Rev. Brás. Educ. Fís. Esp.**, São Paulo, v.21, n.1, p.35-48, jan./mar. 2007.

Fontes

Folha de São Paulo/2003

Folha de São Paulo/2010

Folha de São Paulo/2011

XXVII SIMPÓSIO NACIONAL DE HISTÓRIA

Conhecimento histórico e diálogo social

Natal - RN • 22 a 26 de julho 2013

ANPUH
BRASIL