

UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS
CAMPUS A. C. SIMÕES
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS, COMUNICAÇÃO E ARTES
CURSO DE JORNALISMO

IARA ALENCAR DA SILVA

**A MULHER NO JORNALISMO ESPORTIVO BRASILEIRO: AVANÇOS E
OPRESSÕES**

Maceió

2024

IARA ALENCAR DA SILVA

**A MULHER NO JORNALISMO ESPORTIVO BRASILEIRO: AVANÇOS E
OPRESSÕES**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Alagoas, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharelado em Jornalismo.

Orientador: Prof. Dr. Júlio Arantes Azevedo

Maceió

2024

Catálogo na fonte
Universidade Federal de Alagoas
Biblioteca Central
Divisão de Tratamento Técnico
Bibliotecário: Valter dos Santos Andrade – CRB-4 – 1251

S586m Silva, Iara Alencar da.
A mulher no jornalismo esportivo brasileiro: avanços e opressões / Iara Alencar da Silva. – 2024.
51 f.

Orientador: Júlio Arantes Azevedo.
Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso em Jornalismo) –
Universidade Federal de Alagoas. Instituto de Ciências, História,
Comunicação e Artes, Maceió, 2024.

Bibliografia: f. 49-51.

1. Jornalismo esportivo - Mulheres. 2. Mulheres e jornalismo. 3.
Mulheres jornalistas. I. Título.

CDU: 070

Dedico o presente trabalho a todos aqueles que permanecem depositando suas crenças na minha perseverança e acreditam no meu potencial para servir de exemplo aos futuros comunicadores.

AGRADECIMENTOS

A princípio, apesar de não ser tão religiosa, gostaria de agradecer a Deus por ter me auxiliado até o presente momento a me manter firme em busca dos meus objetivos, além de me fortalecer durante o esmorecimento. Posteriormente, meu maior agradecimento vai à minha família de forma geral, que sempre me apoiou e demonstrou confiança nas minhas escolhas por saber da minha perseverança e capacidade de alcançar os mais diversos sonhos. À minha força maior, minha mãe Givaldete, que sem dúvida alguma é a pessoa a qual devo minha eterna gratidão por me proteger, acolher, incentivar e servir de exemplo para que eu me torne uma mulher e profissional mais humanizada. Com minha mãe aprendi a ser paciente e aguerrida devido ao seu espelho inerente de força de vontade e integridade. Ao meu pai, Ibicem, sou grata desde cedo ter tomado para si o papel de me educar e mostrar que o mundo nem sempre vai facilitar a nossa vida, mas que somos capazes de ultrapassar qualquer adversidade. Obrigada por me amparar e apostar tudo em mim. Aos meus irmãos, Isis e Iarlen, a gratidão é diária, uma vez que me mostram a genuinidade do amor com gestos e palavras. Eles me lembram da importância de ser a irmã mais velha e servir de exemplo para que se tornem dignos de todo o merecimento pessoal e profissional. À minha falecida avó, Antônia, que por mais que tenha nos deixado cedo, me amou incondicionalmente e enraizou em mim a confiança e liberdade de ser quem sou. Com ela descobri a importância de ser amada constantemente e disseminar tudo o que tenho de melhor às pessoas ao meu redor. Agradeço à minha filha de quatro patas, Ivy, que além de ser a minha melhor companhia, esteve comigo durante todo o trajeto da graduação, sendo meu apoio emocional. Aos meus amigos, que são parceiros nos momentos de euforia e nos adversos também. Agradeço a cada um de vocês por verbalizarem o quão acreditam no meu potencial. Para não ser excludente, quero que todos que fazem parte da minha vida e torcem por mim, saibam que a Iara de todos os dias só é melhor por conta do apoio descomunal que depositam sob mim. Às entrevistadas presentes neste trabalho, minha gratidão por toparem fazer parte da minha pesquisa e por estarem na luta para que as jornalistas conquistem seu espaço de ascensão no jornalismo esportivo. E por último, mas não menos importante, quero agradecer ao meu orientador, o professor Júlio Arantes. Nos tornamos amigos desde o primeiro período e caminhamos juntos até minha conclusão de curso. Obrigada por abraçar meu trabalho e me ajudar a percorrer todos os obstáculos durante esses anos na Universidade.

A todos vocês, meus mais sinceros agradecimentos!

Epígrafe

“Me levanto sobre o sacrifício de um milhão de mulheres que vieram antes e penso: o que é que eu faço para tornar essa montanha mais alta para que as mulheres que vieram depois de mim possam ver além.” (KAUR, 2017, p. 218)

– “Legado”

RESUMO

Com o intuito de estudar os avanços que culminaram com a participação efetiva das mulheres em editorias esportivas, o referido projeto tem por objetivo desvendar e entender as etapas que resultaram no acesso da figura feminina à imprensa futebolística no Brasil. Por intermédio de entrevistas cedidas por quatro jornalistas que fazem parte do mercado de trabalho da televisão aberta e privada, foram levantados alguns pilares para desmistificar o progresso alarmante das figuras destas personagens em tal editoria. Sobretudo, além de analisar e denotar a importância da mulher no jornalismo brasileiro, precisamente no futebol, gatilhos como as adversidades enfrentadas por essas profissionais serão problematizados, bem como o papel de atuação feminina na cobertura da modalidade e as diferentes conotações do patriarcado na comunicação. Em prejuízo dos fatos, os dados contemplados mostram os desníveis profissionais entre os gêneros, que reforçam a existência da indocilidade misógina ao longo das décadas.

Palavras-chave: Mulher; Jornalismo Esportivo; Futebol no Brasil; Comunicação; #DeixaElaTrabalhar; Indústria Cultural.

RESUMEN

In order to study the progress that has culminated in the effective participation of women in sports publishing, the aim of this project is to uncover and understand the stages that have resulted in women's access to the soccer press in Brazil. Through interviews given by four journalists who are part of the open and private television job market, some pillars were put in place to demystify the alarming progress made by women in this field. Above all, in addition to analyzing and highlighting the importance of women in Brazilian journalism, precisely in soccer, triggers such as the adversities faced by these professionals will be problematized, as well as the role of women in covering the sport and the different connotations of patriarchy in communication. To the detriment of the facts, the data contemplated shows the professional gaps between the genders, which reinforce the existence of misogynistic indocility over the decades.

Keywords: Woman; Sports Journalism; Football in Brazil; Communication; #DeixeElaTrabalhar; Cultural Industry.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	9
2- O ENTRETENIMENTO COMO APARELHO DA INDÚSTRIA CULTURAL.....	11
2.1- A INTERFERÊNCIA DA INDÚSTRIA CULTURAL NAS FACETAS DO ENTRETENIMENTO	11
2.2- A MERCANTILIZAÇÃO DO ESPORTE/ESPORTE COMO PRODUTO DA INDÚSTRIA.....	13
2.3- A ABSORÇÃO DO PATRIARCADO NO MERCADO DE TRABALHO.....	16
3- DE COADJUVANTES A PROTAGONISTAS NA MÍDIA	20
3.1- A EFETIVAÇÃO DA PRESENÇA DAS MULHERES NA IMPRENSA BRASILEIRA.....	20
3.2- O SOERGUMENTO DAS MULHERES NO JORNALISMO ESPORTIVO (FUTEBOL) BRASILEIRO....	24
3.3- A PERSEGUIÇÃO DA JORNALISTA ESPORTIVA NO BRASIL.....	27
4- A PERSPECTIVA MACHISTA VIVIDA NA PELE.....	30
4.1- MARCAS DEIXADAS DURANTE A TRAJETÓRIA NO JORNALISMO ESPORTIVO	30
4.2- MOTIVAÇÃO DA EVASÃO NO JORNALISMO ESPORTIVO BRASILEIRO.....	34
4.3- A IMPORTÂNCIA DA REPRESENTATIVIDADE DA COMUNICADORA NO ESPORTE.....	37
4.4- RELEVÂNCIA DOS MOVIMENTOS SOCIAIS PARA A CONTINUIDADE DA RESISTÊNCIA.....	40
5- CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	46
6- REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	48

1 INTRODUÇÃO

As divergências de tratamento social entre os gêneros permanecem em evidência mesmo com o processo de democratização beirando a realidade. Em contrapartida, os resquícios dos estereótipos machistas perpetuam a vivência da mulher interligada ao “sexo frágil”, onde seu soerguimento necessariamente está atrelado ao protagonismo de homens no poder. Com a finalidade de desmistificar a falsa transposição de equidade de oportunidades na editoria esportiva no Brasil, precisamente no futebol, o referido trabalho, intitulado de: *A mulher no jornalismo esportivo brasileiro: avanços e opressões*, analisa e denota acerca das problemáticas enfrentadas por jornalistas mulheres ao decorrer dos anos.

Apesar das emissoras televisivas explorarem a imagem das jornalistas cobrindo futebol no Brasil, nas editorias o número de ofícios ocupados por estas personalidades são irrelevantes quando comparado ao sexo masculino. Para compreender como as mulheres conseguiram espaço no âmbito esportivo, é necessário remontar todo o processo que culminou com a conquista dos direitos sociais destas personagens atualmente. A princípio, para além do enredo desfavorável em virtude das mulheres ao longo dos anos, o papel da Indústria Cultural serviu para alavancar a proeminente participação das mulheres no entretenimento. Sobretudo, o passatempo passou a ser vendido e consumido como mero produto capitalistas, no qual fez-se necessária a presença de profissionais na imprensa para auxiliar na proliferação da informação. Todavia, além de ser privada de trabalhar, as mulheres sequer tinham a possibilidade de ingressar nas instituições de ensino, fator este conquistado apenas no século passado no Brasil.

De modo geral, a imprensa, que em sua maioria é dirigida por empresários homens, tenta descredibilizar as adversidades enfrentadas pelo sexo oposto ao longo de anos de enfrentamento contra o patriarcado. Diante das intempéries do mercado da comunicação no Brasil, um fator que tenta ser descredibilizado é o machismo estrutural, que se apresenta dentro e fora de campo, mas sempre direcionado a mulheres. Portanto, buscou-se reunir, por meio de entrevistas com jornalistas esportivas de renome no país, vivências que compravam a necessidade de responder o seguinte questionamento: O que é necessário para as comunicadoras receberem o mesmo protagonismo no futebol sem passar por percalços inerente a seu ofício?

De acordo com o levantamento (2017) efetuado pela Associação Brasileira de

Jornalismo Investigativo (ABRAJI), cerca de 86% das jornalistas que responderam ao questionário afirmou ter vivenciado algum tipo de discriminação de gênero no trabalho. Esse parâmetro baseia-se na incongruência de que o sexo feminino deve estar sempre em submissão. A partir dessas considerações, as entrevistas concedidas no presente trabalho estabelecem a proposta de discorrer sobre as incompatibilidades do discurso que a mídia tenta perpetuar de que as mulheres estão alcançando espaços igualitários aos homens. No mais, o levantamento pessoal das quatro comunicadoras, com atuação na cobertura do futebol, serve de ferramenta para manutenção da realidade do jornalismo patriarcal.

2 - O ENTRETENIMENTO COMO APARELHO DA INDÚSTRIA CULTURAL

2.1 - A interferência da Indústria Cultural nas facetas do entretenimento

O conceito de Indústria Cultural foi desenvolvido originalmente pelos filósofos alemães Theodor Adorno e Max Horkheimer em seu trabalho intitulado “Dialética do Esclarecimento”, publicado no ano de 1944. Em síntese, a obra em questão analisa a cultura de massa e a influência que ela opera na sociedade contemporânea. Nesse ínterim, os estudiosos afirmam que por meio da análise das repercussões dos avanços tecnológicos oriundos da Revolução Industrial e do Capitalismo no mundo das artes, o pensamento dominante direcionaria a produção de massa. Dessa forma, a principal crítica dos filósofos estava na promoção da padronização e acordo cultural propagados, onde a cultura de massa estabelece uma ilusão de diversidade e livre arbítrio, mas no fim enraíza um conjunto limitado de valores.

Por fornecer artifícios culturais de forma superficial e comercial, a Indústria Cultural debilita o senso crítico e aliena a sociedade, objetivando apenas o lucro comercial. A consequência dessa massificação acaba por desvalorizar o potencial cultural e artístico em sua essência inicial, defendido por Cotrim e Fernandes (2010), como sendo a normatização do indivíduo a mero consumidor da estética manifestada pela maioria, legitimando, assim, a produção em massa.

“A arte e os bens culturais estão submetidos, com frequência, aos interesses do capitalismo contemporâneo e, quando isso ocorre, não passam de negócios, como qualquer outro produto do mercado (daí a expressão “indústria cultural”). Essa indústria de lazer e divertimento investe em determinados produtos culturais que agradam às massas de forma imediata. Não está preocupada com uma educação estética, ou seja, com a criação de condições para que a maioria das pessoas possa receber manifestações artísticas de maior qualidade.” (COTRIM; FERNANDES, 2010, p.353)

A princípio, o papel do entretenimento é abranger diversas configurações na vida social, desde o lazer às expressões artísticas e desenvolvimento de identidades individuais e coletivas. Neste sentido, o entretenimento possui fundamental importância na criação e manutenção das ideologias culturais. É válido ressaltar que o entretenimento teve seus valores ideológicos alterados após sua imersão na indústria. Assim, com a exposição do entretenimento aos meios publicitário, o divertimento passou a ganhar visibilidade como produto, sendo

replicado em forma de mercadoria.

Sob a perspectiva das produções midiáticas, são inúmeros os exemplos da presença do entretenimento na sociedade. Como consequência da rotatividade da midiaticização, o entretenimento passou a ser disseminado, ganhando forças no cenário sociocultural. Na era contemporânea, fica cada vez mais clara a firmação das produções em larga escala na televisão, nas mídias impressas e digitais abordando editoriais como esporte, saúde, culinária, moda, cultura e lazer. É evidente que ao longo dos anos o entretenimento passou a ser parte integrante da mídia, tendo seu crescimento exposto de forma exponencial. No entanto, a gama de demandas visando a diversão e o escapismo impulsiona as experiências identitárias e padrões comportamentais que não são alcançados por todos.

Com caráter de exclusão, o entretenimento adota uma abordagem mais elitista, onde apesar de ser uma fonte de preservação e transmissão cultural pode promover estereótipos prejudiciais, além de propagar a desigualdade e reforçar padrões excludentes. Na narrativa lucrativa, o entretenimento passa a contribuir significativamente para a economia global. Para consumir é necessário deter capital, já que as formas de escapismos passaram a ter valor. Em continuidade, o indivíduo consome produtos da indústria cultural, sendo entretido por ela, mas também se tornando refém e dependente desta cadeia. Na concepção de Coelho (2007), o sujeito que se diverte ao consumir os produtos frutos da indústria cultural, é um indivíduo dependente e manipulável.

“A indústria cultural inverte o significado atribuído à diversão, negando-o mediante a aparência (falsa) da sua valorização. A diversão, agora, está a serviço da racionalidade capitalista (das grandes empresas) marcada pela exploração e dominação, devendo remeter sempre a um sentido coerente; ainda que este sentido não seja o da coerência estética, mas sim o da razão instrumental, da submissão a comportamentos úteis, conforme a racionalidade capitalista (busca de vantagens materiais)” (COELHO, p. 32, 2007)

Por outro lado, a comunicação e informação também passaram a ser monopolizadas, acarretando a perda de identidade funcional original. De modo geral, a comunicação de massa excludente marginaliza determinados grupos do processo de comunicação, dialogando com um acesso restrito aos seus produtos. Analogamente a esse pensamento, Bolaño (2000), defende a existência de duas vertentes de informação: a primeira é caracterizada pela publicidade, ou seja, utilizando de linguagem direta e objetiva, sendo definida como horizontal; já a segunda seria derivada da propaganda, possuindo um teor unidirecional, que pode ser monopolizado. Em outras palavras, a propaganda busca estabelecer uma compreensão social, enquanto a

publicidade opera com a finalidade ideológica de implantar um estilo de vida.

Em meio à diversidade de exploração do entretenimento, o protagonismo se volta ao “trabalhador cultural”, termo utilizado por Bernardi e Terto (2021) para se referir aos indivíduos que desempenham o dever de criar e disseminar expressões artísticas e culturais, moldando a identidade e os valores da sociedade. Segundo os autores, tais figuras exercem o papel de ofertar a mercadoria ao mesmo tempo que detém a audiência em suas mãos. Para além do papel crucial na cadeia produtiva do entretenimento, este indivíduo tem sua marca no embate entre Capital x Trabalho. Em continuidade, a adoção de estratégias publicitárias torna-se imprescindível para angariar público e diferenciar o produto dos demais concorrentes.

2.2 - A mercantilização do esporte/esporte como produto da indústria

Em sua origem, o esporte não possuía uma finalidade específica. As práticas, na antiguidade eram pertencentes aos embates militares, tendo uma visão religiosa e educacional. Posteriormente, as atividades físicas começaram a se desenvolver com o passar dos anos até serem vistas como cruciais para situações de combate e até mesmo para a sobrevivência por intermédio da caça. Sem teor financeiro, na Grécia Antiga, as lutas eram feitas para demarcar território e introduzir os homens no contexto militar. Com a popularização destas atividades, foram criados os Jogos Olímpicos, que na sociedade contemporânea se tornou um dos maiores espetáculos esportivos do mundo.

Na conjuntura atual, o esporte desempenha uma gama de importantes papéis na formação do indivíduo. De modo geral, a sua prática está interligada à socialização, instrumento de educação, saúde, expressões artísticas e transmissões de valores. Em suas vastas dimensões, o esporte foi moldado com o passar dos anos saindo de seu papel histórico e caminhando em direção ao capital simbólico, científico e industrializado. Segundo Almeida e Rose (2010), o esporte passa por etapas de formação de rendimento, o que caracteriza uma valorização do movimento.

“O esporte passa a ser movimento de massa por meio da transformação do sentido da prática, primeiramente como rendimento máximo para, depois, constituir-se também como esporte participação e escolar, com o rendimento possível. Outro ponto a ser lembrado sobre a massificação do esporte é que a partir da ampliação dos praticantes aumentaram-se os investimentos do estado, levando a uma transformação no conceito de planejamento urbano e de políticas públicas no setor. O próprio desenvolvimento na área científica demonstrou um avanço no entendimento do esporte participativo

nas escolas juntamente com a prática das modalidades. (ALMEIRA; ROSE, 2010, p. 14)

Com a demarcação de sua importância, é inegável afirmar que atualmente o esporte se posicionou como um dos principais meios de entretenimento mundial. Formador de opinião e interesse coletivo, o esporte detém o poder de satisfazer e alcançar os valores da cultura consumista, onde os eventos esportivos servem como válvula de escape da rotina diária, garantindo períodos de descontração e coletividade momentânea. Com os investimentos de marcas e empresas, o esporte se distancia do lazer e passa a cumprir funções políticas e econômicas, gerando uma onda de controle social, alienação e reforço das desigualdades persistentes na era capitalista.

Sobretudo, no fim do século XIX, o esporte já conseguia levar multidões aos estádios e os interesses econômicos se afluíram por parte da imprensa e dos órgãos governamentais com tamanha repercussão social. Analogamente a esse pensamento, Sigoli e Rose (2004) defendem que a estatização do esporte fez aflorar um sentimento nacional, o que gerou benefícios aos jornalistas, que por sua vez passaram a ter em evidência uma editoria com mais recursos, bem como ao Estado, que visava o lucro por meio político.

“A princípio os jornais se limitavam a noticiar os resultados, mas com o aumento do interesse dos leitores pelas seções esportivas foram criados novos espaços, crônicas, colunistas e entrevistas que formataram uma nova linguagem jornalística, dando espaço para o crescimento da discussão popular do esporte no cotidiano. Os órgãos governamentais perceberam o poder de abrangência do esporte e passaram a fazer uso de suas estruturas. Ocorreu a estatização de entidades esportivas o que trouxe ao esporte o sentimento de patriotismo e representação nacional, sobretudo com a convocação de seleções para disputa campeonatos internacionais. O Estado usurpou do esporte valores como prestígio político e econômico internacional.” (SIGOLI; ROSE, 2004, p. 115)

O interesse dos meios de comunicação em massa, a exemplo da televisão e rádio, proporcionou ampla audiência de eventos esportivos. Nesse ínterim, devido as exibições em larga escala, a indústria cultural possibilitou também o investimento de patrocinadores e anunciantes, que consequentemente aumentaram o número de publicidade e propaganda em cima do esporte. Conexa a essa ideia, é imprescindível afirmar que o esporte é produto e produtor, já que, os atletas são contemplados com a idolatria de milhares e agraciados com montantes de dinheiro para popularizar uma marca ou identidade particular em meio à sociedade. A autonomia desse tipo de lazer e a sua espetacularização fez com que o estímulo ao consumo aumentasse vertiginosamente devido a tais personalidades. Se no início do processo de midiaticização e mercantilização, o esporte oscilava como arma de visibilidade publicitária,

atualmente se estabelece como principal produto da mídia.

A princípio, é por intermédio do esporte que diferentes povos se interligam e conhecem novas culturas e costumes, valorizando a prática esportiva como um espetáculo. Para além das quatro linhas do campo de futebol ou de uma quadra, o exercício serve como munição para ensinar o convívio básico e o trabalho em equipe. A popularização dos esportes coloca em destaque a figura do esportista como “salvador da pátria”, tornando-o, mesmo que indiretamente, propagador de ideologias. Com essa vertente, a mídia rege uma falsa consciência de que os telespectadores compreendem e estabelecem discursos profissionais acerca do que assistem. Em continuidade, Pereira *et al.* (2017), caracteriza a uniformização e empobrecimento cultural, colocando a culpa na estrutura industrial que dita o seu uso.

“O esporte, como algo popular, atrai o interesse da mídia, porém apenas a popularidade em si não basta. A profissionalização permitiu ao esporte maior comercialização tornando-o, aos meios de comunicação, objeto significativo, assim como os atletas, os quais podem expressar uma identidade de “herói” quando relacionados a bons resultados e a elevada condição econômica. Devido a tamanha exibição, cada vez mais patrocinadores apresentam interesse nos jogadores o que aumenta ainda mais a condição financeira destes que tornam-se, além de atletas, garotos propaganda das mais diversas marcas, mesmo aquelas não relacionadas ao esporte, explorando ao máximo essa nova identidade” (PEREIRA *et al.*, 2017, pg. 07)

Simultaneamente ao processo de difusão dos desportos, veio consigo a profissionalização dos atletas, bem como meios de conquistar recursos em troca da midiaticização dos esportes. A mercantilização do entretenimento culminou com a cobrança de ingressos para assistir as partidas, além da comercialização de produtos relacionados aos atletas/times serem fortalecidas. Por conseguinte, o marketing foi incrementado para auxiliar no processo dos patrocínios, onde mais uma vez pode-se perceber a efetivação dos resquícios da Indústria Cultural.

Na concepção de Betti (1998), a produção massiva de aparelhos televisivos por todo o mundo injetou nas emissoras um alto valor financeiro para a transmissão de eventos esportivos. Além disso, percebendo o potencial lucrativo, as ligas esportivas passaram a adotar os direitos televisivos, venda de ingressos e direitos de imagem como meio de receita. Contudo, o jornalista afirma que o esporte passou a ser detentor de tamanho poder após seus espectadores financiarem seu sistema comercial por meio de apostas.

“Os primeiros espectadores surgiram na Inglaterra do século XIX, no bojo do processo social que viria a originar a moderna forma do esporte; eram apostadores nas lutas de boxe e corridas de rua que se realizavam em Londres. O início do século seguinte substituiu o espectador-apostador pelo espectador-torcedor, fiel a uma das partes em

disputa; mas ainda tratava-se, basicamente, do espectador corporalmente presente, nos estádios e ginásios. Foi a partir da década de 60, com a proliferação das transmissões ao vivo de eventos esportivos, que se tornou proeminente uma nova figura na história do esporte: o telespectador. O esporte transformou-se num espetáculo modelado de forma a ser consumido por telespectadores que procuram um entretenimento excitante, e é parte cada vez maior da indústria do lazer, sendo fator decisivo para isto o papel desempenhado pela mídia, especialmente a televisão.” (BETTI, p. 33, 1998)

No decurso, as transmissões televisivas mescladas à espetacularização motivada pela indústria cultural projetam uma visão cênica de lances esportivos, fanatismo e euforia de seus receptores. Dessa forma, a comercialização do esporte ganha notoriedade aos investidores que, atualmente, possuem seus nomes estampados como patrocinadores. Apesar de seu caráter alienador, o esporte possui também seu viés excludente. Os canais televisivos passaram a televisionar a prática esportiva em canais fechados, ou seja, apenas com a compra de pacotes o conteúdo pode ser consumido. Deixando de ser um alvo facilitador, o esporte acabou por desmorrar uma lacuna que deveria ser homogênea, passando a ser pautado do modo universal ao particular.

Nesse ínterim, o futebol, dentre os demais esportes, ganhou notoriedade absoluta e passou a figurar como principal meio de entretenimento. Originário da Inglaterra, o esporte em questão chegou ao Brasil e foi consolidado por uma classe elitista, de forma organizada em sociedades e clubes. Desde os primórdios, o futebol mostrava suas facetas excludentes, sendo praticado por filhos de fazendeiros, enquanto a figura da mulher sequer era cogitada na modalidade. No entanto, com sua popularização em massa, os operários passaram a usufruir das regras e dos materiais, originando a criação de uniformes e times com a finalidade de entretenimento social. Em contrapartida, devido à destreza de seus praticantes, o território tropical recebeu o título de “país do futebol”, mas a participação da mulher na prática era vedada, redirecionando estas personagens a marcarem presença unicamente nas arquibancadas.

2.3 - A absorção do patriarcado no mercado de trabalho

Assim como na prática esportiva, as mulheres também eram excluídas da participação efetiva nos mais diversos setores trabalhistas. Particularmente, a execução de atividades intelectuais e braçais eram vistas de modo abominável se fossem direcionadas a essas figuras tidas como frágeis. Sob a óptica de Magalhães e Ramires (2021), todo o processo excludente em favor do homem é reflexo de uma sociedade de classes tomada por normas ditadas pelo processo capitalista. Segundo as autoras, é necessário ter uma sociedade opressora que conduza

os lucros para as classes dominantes. Tal sistema surge interferindo, ensinando a ideologia de ocupação dos trabalhadores e dos herdeiros, que precisam enriquecer às custas dos marginalizados. Em contrapartida, a sociedade tenta estabelecer que uma mulher sem um homem à frente é incompleta, o que torna o gênero feminino irrelevante caso seja interpretado apenas por sua existência.

“Porque o sistema capitalista precisa que essa ideologia da maternidade mantenha as mulheres em lugar subalterno na sociedade, para gerarem mais lucro para o capitalismo. Os estudos sobre a discriminação feminina têm de ter essa base para compreender as relações entre homens e mulheres na atualidade. Esse funcionamento ideológico é reforçado pelos estereótipos que sustentam o efeito de evidência de qual é o “lugar da mulher” na sociedade e, portanto, também no jornalismo.” (MAGALHÃES; RAMIRES, 2021, p. 284)

De modo geral, o machismo e o patriarcado, juntos, corroboram há anos para a formação de exploração da imagem feminina, seja no âmbito profissional ou pessoal. Analogamente a esse pensamento, a mulher, por muitos anos, foi moldada para servir aos homens, além de desempenhar tarefas que asseguram a manutenção e a reprodução do seio familiar. Esse comportamento de submissão é uma virtude da cultura patriarcal, que destaca a função da mulher na economia com menos imponência quando comparada ao trabalho masculino.

Na construção de desenvolvimento da relação entre produção e reprodução da vida social, a divisão sexual ganha notoriedade, uma vez que as questões de gênero, raça e etnia são demarcadas como submissão e soerguimento machista. Com sua desvalorização social, as mulheres começaram a ocupar posições subalternas, mas com o estigma de incapacidade carregado em suas costas. De acordo com Nascimento (2016), as barreiras do sistema capitalista impossibilitam a inserção da mulher nos espaços públicos.

"Com a instauração do modo capitalista de produção as barreiras impostas às mulheres, no que se refere à inserção nas funções produtivas tornam-se maiores e mais complexas, pois esse sistema de produção e reprodução social tende a criar mecanismos de atenuação das contradições geradas pela diferenciação de classes sociais. Um desses mecanismos é a naturalização das diferenças e desigualdades de sexo e raça, tornando normal a inferiorização de segmentos sociais em detrimento de outros: a inferiorização da mulher pela supervalorização da figura masculina, que se complexifica quando se trata da mulher negra." (NASCIMENTO, 2016, p. 341)

As mulheres, que antes cuidavam apenas da família e dos afazeres domésticos, tiveram uma ocupação significativa durante a Primeira Guerra Mundial. No período, a inserção das mulheres no mercado de trabalho foi motivada não por um direito à igualdade social, mas por escassez da mão-de-obra masculina devido ao início do conflito bélico. Nesse ínterim, com os

combatentes demonstrando seu patriotismo, as figuras femininas passaram a trabalhar nas indústrias e setores dominados por homens. Com a inferiorização do gênero enraizado socialmente, essas personagens trabalhavam nas mesmas funções que seus companheiros, mas o machismo mostrava sua força em função de sua soberania ao desvalorizar à mão-de-obra feminina com pagamentos desnivelados.

Com a sociedade capitalista em constante avanço, o trabalho feminino foi visto com bons olhos por parte das indústrias, uma vez que a disponibilidade da mão-de-obra feminina disponível abarcaria as vagas em aberto. Todavia, o ingresso das mulheres no mercado estava a permitir que o capitalismo ampliasse a exploração do trabalho feminino com a finalidade de pagar menos às mulheres e elevar os lucros das empresas.

Segundo a socióloga marxista Heleieth Saffioti (2004), existe uma relação de “dominação-exploração”, na qual os homens ocupam a tangente de dominação, enquanto as mulheres são submetidas à exploração. Muito desse preceito é creditado à forma inóspita onde a figura feminina passou a ser vista na consolidação do capitalismo como mão-de-obra barata. Buscando sua independência financeira, algumas mulheres assumiram amplos cargos no mercado de trabalho, mesmo com os homens retornando da guerra. Essa postura feminina reverberou e com o passar dos anos serviu para o movimento feminista ganhar destaque.

A exploração através do trabalho assalariado e a opressão patriarcal sobre as mulheres não conseguem se dissociar, sendo fator dominante na exploração econômica. Dessa forma, a presença das mulheres no trabalho por meio da Revolução Industrial não foi o suficiente para dilacerar o estigma opressor, uma vez que as personagens continuaram presas às amarras da família e do lar. Por outro lado, Carloto (2002) pontua que:

“A identidade da mulher como trabalhadora, portanto, vai estar sempre associada a seu papel de reprodutora. Essa imagem básica, originária da mulher família, mãe, dona-de-casa vai estar sempre na frente. O trabalho, por exemplo, é tratado no masculino e o trabalho produtivo é feito pelos trabalhadores. É ao homem que se associa a imagem de trabalhador, de provedor da família. Essa imagem da mulher vai trazer limitações a uma adequada colocação no mundo do trabalho.” (CARLOTO, 2002)

É válido destacar que a possibilidade de mulheres ocuparem lugares nas indústrias foi assegurada também por ser considerado um fenômeno passageiro. Todavia, as questões foram derrubadas e a consequência da insistente participação das mulheres gerou a divisão do trabalho entre os gêneros como conhecemos atualmente. Para se ter noção do descaso de ver a mulher começando a ascender socialmente, argumentos como o de que a saída da personagem feminina

do ambiente familiar geraria um declínio da espécie, ou seja, o ingresso na produção social faria com que as gerações fossem extintas com o passar do tempo.

Analogamente a esse pensamento, os lugares ocupados por estas mulheres nas sociedades industrializadas foram relativamente caracterizados como não qualificados, só assim para explicar o descaso mediante ao salário recebido. Em resumo, enquanto a mão-de-obra masculina ocupava todo e qualquer cargo no setor terciário, as mulheres se concentravam nos departamentos alimentícios, têxteis e na confecção de calçados. É cabível salientar que na sociedade capitalista jamais haverá nivelamento, pois para o sistema a sujeição das mulheres é fundamental. Por outro lado, para Holzmann (2000), alguns comportamentos enquadrados no trabalho feminino garantem ainda mais a superexploração destas personagens.

“Associadas com padrões comportamentais considerados típicos da mão-de-obra feminina como paciência, perspicácia, fidelidade, maior aceitação de trabalhos enfadonhos e resistência à monotonia, que resultam em maior docilidade à dominação do capital, aquelas qualificações tácitas, preciosas para o empregador, mas desvalorizadas socialmente, asseguram uma superexploração da mão-de-obra feminina.” (HOLZMANN, 2000, p. 262)

A padronização de não-valorização no setor industrial em função das mulheres contribuiu para o ingresso continuado destas personagens em busca de qualificações profissionais. Em suma, atualmente é comum mulheres estarem ocupando cargos que majoritariamente eram preenchidos por homens. Dessa forma, o soerguimento do padrão de escolarização feminina foi crucial para que as mulheres adentrassem em universidades em busca de melhores participações sociopolíticas. Assim, os movimentos sociais em busca de direitos igualitários corroboraram intrinsecamente na aparição do gênero feminino em áreas da saúde, política e na própria imprensa.

3 - DE COADJUVANTES A PROTAGONISTAS NA MÍDIA

3.1 - A efetivação da presença das mulheres na imprensa brasileira

O feminismo ganhou protagonismos na luta da mulher em questões sociais e políticas, descredibilizadas devido a existência do patriarcalismo. A crença dominante baseava-se na figura do homem, branco, europeu e heterossexual, fazendo com que qualquer indivíduo diferente dos parâmetros firmados fosse marginalizado. Entretanto, com a euforia da busca por democratização, as mulheres delimitaram algumas participações inicialmente necessárias. Em síntese, a projeção política das mulheres, que começou no século XVII, afirmava a necessidade, acima de tudo, do tratamento equânime, além da participação efetiva na esfera social, como o direito ao voto e a ampliação da ocupação dos espaços públicos.

Um dos desejos principais das mulheres estava no direito de ter acesso à educação, seguido de sua profissionalização. A reivindicação por esse poder foi artefato imprescindível para sua emancipação diante da sociedade conservadora. Com a prática da leitura e escrita dominantes, mulheres por todo o mundo lutaram por espaço na imprensa, mas este entrelace envolvendo a resistência feminina e os meios de comunicação não se sucedeu de forma amigável e vertiginosa. Apesar da necessidade e interesse em participar efetivamente da imprensa, notícias vinculadas à figura feminina consistiam em mostrá-la como dona de casa e mãe exemplar, e somente anos depois as profissionais da comunicação foram conseguindo espaço em editorias limitadas.

Ainda que começassem a ser inseridas na imprensa, os conteúdos produzidos por mulheres permaneciam editados e aprovados por homens. De modo geral, a imprensa alternativa ganhou popularidade e proporcionou às mulheres o incentivo de publicar notícias de cunho culinário, moda e principalmente o estilo de vida como mãe. Segundo Rodrigues (2005) essa incidência de informações colocava em evidência assuntos de subserviência, que por muitas das vezes levavam a imagem da mulher como a “mulher ideal” para cuidar do lar e compor uma família.

“A imprensa feminina - direcionada exclusivamente às mulheres - “pasteuriza” a mulher, ou seja, cria um modelo ideal de mulher e sugere que todas sejam como ela, tanto fisicamente quanto no comportamento. Para isso, as matérias trazem sugestões

de comportamento, vestuário, maquiagem, etc. As revistas tornam-se, para algumas mulheres, referência nas suas vidas, de modo que passam a agir como sugerem as reportagens. Os títulos “como conquistar o homem ideal”, “como criar filhos”, “dicas de vestuário” e muitas outras “dicas” fazem parte de todas as edições das revistas “femininas”. (RODRIGUES, 2005, p.02)

Nessa segmentação, Veloso (2013) colocou em evidência o termo “Patriarcado de Mídia”. A princípio, a terminologia configura a continuidade masculina na formação de posições organizacionais das mídias. De modo geral, as ações contidas pelo patriarcado são capazes de estruturar todos os aspectos que moldam desde as disparidades salariais entre gêneros às ocupações em cargos nas empresas. As situações de desvantagem social para as mulheres são consequência da hierarquização de gênero e da dominação machista.

Dentre as diversas personagens memoráveis, a pioneira no trabalho de fundamentar e abrir portas para que outras mulheres se interessassem por fazer jornalismo foi Francisca de Aculodi. A jornalista espanhola fundou e dirigiu em 1683, na cidade de San Sebastián, na Espanha, o jornal *Noticias Principales y Verdaderas*. Aculodi relatava temas de interesses do público, que na época era maioritariamente masculino. Seus artigos abordavam sobre figuras importantes da igreja e da monarquia, tendo como principais fontes as cartas escritas por viajantes.

Embora a presença das mulheres na imprensa brasileira tenha adquirido notoriedade no século XX, existem atividades destas figuras em meados do século XIX, na imprensa alternativa. Antes de ter autonomia para escrever os próprios textos, mulheres tiveram espaços cedidos por homens em seus jornais. Em 1827, no Rio de Janeiro, Pierre Plancher, no *Espelho Diamantino*, fez críticas rotineiras sobre o *escanteamento* das mulheres na comunicação. Em resumo, o editor francês afirmou: "conservar as mulheres em estado de estupidez, pouco acima dos animais domésticos, é uma empresa tão injusta quanto prejudicial ao bem da humanidade."

A princípio, Nísia Floresta Brasileira Augusta é considerada por muitos a primeira mulher a trabalhar no jornalismo feminino no país. Com seu pseudônimo de Dionísia Gonçalves Pinto, a potiguara colaborou com textos para a revista *Espelho das Brasileiras*, no ano de 1831. Nesse período, as mulheres não possuíam escolaridade adequada e sequer o cargo de jornalista era cogitado por estas figuras. Além disso, Nísia colaborou para outros jornais escrevendo sobre preconceitos, direitos das mulheres e a escravidão, que na época era o centro do burburinho social.

Por outro lado, em 1833, Maria Josefa Barreto Pereira Pinto fundou o primeiro jornal

com textos femininos voltados para a defesa dos direitos da mulher, em Porto Alegre. Engajando mulheres em questões políticas, a jornalista utilizou os títulos de *Bellona Irada contra os Sectários de Momo e Idade d'Ouro*. Posteriormente, no mesmo ano, no Rio de Janeiro, surgia *A Mineira*, escrita por uma mulher que optava por não se identificar, mas que encorajava outras mulheres a participarem mais da política brasileira. No entanto, como afirma Duarte (2016), alguns homens deram espaço em seus periódicos para que mulheres clamassem por voz:

“Muitos, dentre os dirigidos por homens, deram voz e vez às mulheres - como o *Mentor das Brasileiras* (1829-1832), já citado, e *O Porvir* (1877), de Campinas, São Paulo. Nesse último, o editor comparou a opressão vivida pelas mulheres ao regime escravocrata e ainda denunciou os disfarces usados pelos homens para submetê-las ao seu jugo. Como Machado de Assis, alguns jornalistas consideravam a imprensa uma escola em potencial - legítima "república do pensamento" -, capaz de fornecer às mães e esposas, informações úteis sobre elas mesmas e o contexto em que vivia." (Duarte, 2016, p. 101)

Na sequência, em 1852, se firmava no Rio de Janeiro o *Jornal das Senhoras*, o primeiro periódico escrito e dirigido por mulheres. A responsável era Joana Paula Manso Noronha, uma argentina moradora do Rio de Janeiro. O periódico em questão valorizava o diálogo com outras mulheres, mas também buscava convencer os leitores homens a aceitarem a participação social das mulheres de forma gradativa. Nesse ínterim, outras mulheres ganharam destaque, como é o caso de Júlia Sandy Aguiar (*O Belo Sexo* - 1862) e Francisca Senhorinha da Mota Diniz (*O Sexo Feminino* - 1873). Os discursos presentes nos jornais mostravam a visão das mulheres sobre a autoconscientização, como Castro e Oliveira externam:

“Por volta de 1850, as mulheres aproveitaram o crescimento da imprensa brasileira para criar canais de informação e de troca de ideias sobre o que pensavam e diziam delas próprias, contradizendo que a sociedade dizia ou lhes exigia, o que representa uma espécie de autoconscientização de sua condição feminina. O jornalismo feminino da segunda metade do século XIX foi feminista, pois as mulheres, que antes de serem escritoras e jornalistas eram mães e esposas como a sociedade lhes exigia, expressavam nos textos um discurso reivindicatório em favor próprio.” (OLIVEIRA; CASTRO, 2006, p. 02)

Apesar dos empecilhos contidos ao longo da trajetória na imprensa, os clamores por educação e emancipação levaram às mulheres a alcançarem lugares antes não vistos. Com os avanços tecnológicos e algumas portas, que outrora estavam fechadas, se abriram novas vertentes político-sociais. Assim, somente em 1879 o governo brasileiro garantiu o ingresso das mulheres ao ensino superior, que passaram a frequentar às faculdades de medicina e direito. Com tamanha evolução social, os jornais viviam em uma dualidade; permaneciam colocando e retratando a mulher como sexo frágil ou acompanhariam o desencadear de novas fronteiras na

jornada das mulheres. No entanto, foi Narcisa Amália de Campos que se consagrou como a primeira mulher a se profissionalizar como jornalista, ao fundar o jornal quinzenal *O Gazetinha*, no Rio de Janeiro, em 1884. No meio de comunicação em questão também eram enaltecidos assuntos voltados à defesa do sexo feminino e do movimento abolicionista.

Em 1947, Cásper Líbero, empresário e jornalista paulistano, fundou a primeira faculdade de jornalismo do Brasil, a Faculdade de Comunicação Social Cásper Líbero. O incentivo de criar uma instituição voltada para a comunicação estava na busca por influência e aperfeiçoamento cultural da elite social. No entanto, as mulheres se aprofundaram na formação cultural e elevação de sua capacitação profissional. Sob a ótica de tal visão, é válido divergir a imprensa feminina da feminista, onde a feminina é dirigida e pensada para outras mulheres, enquanto a feminista possui o viés mais politizado, voltado para a defesa das causas das mulheres.

Tendo em vista que as notícias de cunho feminino e feminista se disseminaram por todo o Brasil, as mulheres saíram de um status de subserviência a um local de resistência e intelectualidade. De acordo com Rocha (2005), em 1986, as mulheres eram responsáveis por 36% dos quadros de jornalistas no Brasil, ultrapassando 40% uma década depois. Posteriormente, em 2006, o Ministério do Trabalho afirmou que 52% dos profissionais da comunicação eram mulheres. Segundo Mick e Lima (2013), o levantamento executado em 2012 mostrou que as jornalistas brasileiras eram majoritariamente mulheres (64%), brancas (72%), solteiras, com até 30 anos (59%). Assim, a cada dez pessoas formadas em jornalismo, nove eram do sexo feminino. No entanto, com um crescimento utópico no número de mulheres presentes no jornalismo, é notório que os empecilhos presentes ao decorrer da profissionalizaram são reflexo de uma sociedade patriarcal. Pontuando a oscilação das mulheres no ramo da comunicação, a última pesquisa (2021) feita pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) mostra uma queda no número de comunicadoras mulheres:

“O estudo constata que jornalistas no Brasil ainda são majoritariamente mulheres (58%), brancas (68%), solteiras (53%), com até 40 anos, um perfil que mudou pouco em relação ao levantamento de nove anos antes. Contudo, se a profissão continua majoritariamente feminina, a participação de mulheres se reduziu em seis pontos em comparação ao estudo anterior (64%): a presença masculina cresceu de 36% para 42%, revertendo em parte o movimento de feminização da profissão constatado em pesquisas anteriores” (UFSC, 2021, p. 207)

Apesar do declínio no número de profissionais, as mulheres seguem firmes na luta por equidade, assumindo uma visibilidade que antes sequer era cogitada. Essas figuras saíram das

redações e hoje ocupam espaços em bancadas no telejornalismo, são repórteres e produtoras de programas reconhecidos nacionalmente, evidenciando a mudança nas funções executivas. Para além dos bastidores, Albuquerque, Mesquita e Veloso (2019), questionam a veracidade na busca por equidade. Os autores explicam que a presença das mulheres nas redações gera uma farsa no sentimento de equidade conquistada, quando na realidade as mulheres precisam de muito para serem colocadas no mesmo patamar que os homens.

“É preciso considerar, também, que a presença feminina nas redações pode simbolizar apenas um gerador de fumaça que tira o foco da realidade das redações (maioria dos homens na edição e as mulheres em cargos subalternos, como reportagem e subedição), quando reforça o mito de que a igualdade já foi conquistada, uma vez que a realidade é díspar. A questão não é apenas conseguir quebrar os 'tetos de vidro', porém distribuir as atividades do campo profissional e também do privado entre homens e mulheres.” (ALBUQUERQUE; MESQUITA, VELOSO, 2019, p. 155)

Remontar o passado e comparar com os dias atuais, é enxergar que as mulheres conquistaram uma equidade utópica. Apesar da hostilidade e preconceitos dominantes, as comunicadoras se negam a ocupar o espaço de subalternidade. Saíram de escritoras descredibilizadas que falavam sobre cuidados familiares e culinária e hoje elevam o entretenimento com aparições e coberturas de eventos mundiais, como é o caso do jornalismo esportivo.

3.2 - O soerguimento das mulheres no jornalismo esportivo (futebol) brasileiro

Apesar da reivindicação por seu espaço, o número de jornalistas no esporte ainda é limitado, já que a estruturação entre gêneros e a organização social corrobora com a inferiorização da classe feminina. Essa cultura machista remete, ainda, a figura da mulher ao sexo frágil, sendo subjugada por tentar ocupar espaço onde a predominância patriarcal a exclui sem levar em conta a sua competência. Caracterizada por ser a editoria com mais homens presentes, a aparição da mulher no jornalismo esportivo é existente, mas está longe de ser vista de forma igualitária. De modo geral, a sociedade cresceu com o estabelecimento dos papéis exercidos por homens e mulheres, ou seja, as características de ambos os gêneros foram preestabelecidas pelo patriarcalismo, visando a dominação dos interesses masculinos em querer colocar as figuras femininas como submissas.

É inegável que após muitos embates e reafirmação de seu desempenho intelectual, a mulher conquistou seu lugar no jornalismo esportivo. No Brasil, durante a década de 1970, as

mulheres invadiram as redações de jornais e revistas voltadas para o esporte. Nesse ínterim, mesmo marcando território na editoria, as comunicadoras eram direcionadas para os esportes com menos visibilidade, ou seja, práticas amadoras e não valorizadas por parte da sociedade. Contudo, a persistência dessas figuras foi recompensada com a aceitação das mulheres em transmissões de rádios e canais televisivos, mas continuou sendo rebatida por seus consumidores, como afirmam Costa, Leite e Richartz:

“No esporte, em específico no futebol, que é considerada a paixão nacional, o leitor ou telespectador assíduo tem um conhecimento muito elevado sobre o tema, por isso ele é mais exigente. Se os jornalistas homens já são criticados quando erram, as mulheres então são criticadas até quando não falham, com a mesma justificativa de que o gênero define conhecimento sobre algum tema (Costa; Leite e Richartz, 2019, p.04)

Elencando a ambiência esportiva e a necessidade de expandir os comunicadores em competições, a mulher, que antes era requerida somente por conta da mão de obra barata, adquiriu espaço nas redações, imprensa e programas televisivos. Analogamente, o estereótipo machista de enquadrar jornalistas em programas de moda e casa foi minimizado. O acesso tardio aos cursos superiores, possível somente na Era Vargas (1930-1945), dificultou a proliferação de mulheres na cobertura de eventos esportivos. Por outro lado, o afeiçoamento da mulher com os esportes no Brasil ganhou destaque na década de 1940, quando começaram a praticar as modalidades.

A prática esportiva possibilitou que a vivência oferecesse autonomia às mulheres para que comentassem sobre as competições. No entanto, o histórico da mulher perante questão político-sociais é criticado por Saffioti (1897). De acordo com a autora, por ter passado muito tempo dentro do seio familiar, foram vedadas oportunidades de mulheres conhecerem e se aprofundarem em temas importantes. Nesse caso, a ausência da mulher em coberturas esportivas é justificada como consequência da falta de oportunidades de inserção.

“Não é difícil concluir sobre as maiores probabilidades de se desenvolver a inteligência de uma pessoa que frequenta muitos ambientes, o que caracteriza a vida de homem, em relação a pessoas encerradas em casa durante grande parte do tempo, especificidade da vida de mulher. Aliás, o dito popular lugar de mulher é em casa é eloquente em termos de imposição da ideologia dominante. Em ficando em casa todo ou quase todo o tempo, a mulher tem menor número de possibilidades de ser estimulada a desenvolver suas potencialidades. E dentre estas encontra-se a inteligência.” (SAFFIOTI, 1987, p. 14)

Enquanto o soerguimento da participação efetiva das mulheres brasileiras no esporte ocorria de forma lenta, mas progressiva até o Conselho Nacional de Desportos, em 1941, instituir um Decreto-Lei que abonava qualquer prática esportiva executada por mulheres. O

pensamento machista estabeleceu um “espaço digno a homens” e excluiu mais uma vez o indivíduo feminino de participar efetivamente de competições. De acordo com o Decreto-Lei N° 3.199, Artigo 54:

“Às mulheres não se permitirá a prática de desportos incompatíveis com as condições de sua natureza, devendo, para este efeito, o Conselho Nacional de Desportos baixar as necessárias instruções às entidades desportivas do país” (DECRETO-LEI N° 3.199, DE 14 DE ABRIL DE 1941).

Além do futebol, ficou impossibilitada a participação das mulheres em modalidades como o rúgbi, corridas, lutas e polo aquático. Na visão machista, a prática de tais modalidades era vista de forma violenta e não adequada para o “sexo frágil”. É válido destacar que esse pensamento é oriundo de séculos passados, como ocorria na Grécia Antiga. Em síntese, os homens da época acreditavam que a mulher nascera única e exclusivamente para procriar, além de cuidar dos afazeres domésticos. Desse modo, a prática esportiva era demonizada, visto que acreditavam que as atividades masculinizariam seus corpos e comprometeria a fecundação do feto.

Com a queda do decreto, ao final do período ditatorial, às mulheres voltaram a fazer parte da cena. Uma das precursoras do jornalismo esportivo no Brasil foi Maria Helena Rangel, que além de comunicadora era atleta em arremesso de peso. No ano de 1948, foi convidada para escrever na *Gazeta Esportiva*, cobrindo campeonatos de voleibol e basquete. Posteriormente, no mesmo ano, Mary Zilda Grassia Sereno ganhou notoriedade por ser uma das primeiras fotógrafas do jornalismo esportivo no jornal *Hoje*. No telejornalismo as mulheres imergiram um pouco mais tarde. De acordo com Marques e Oliveira (2013), foi através da Rádio Mulher, que a primeira equipe feminina cobriu eventos esportivos, tendo como destaque Claudete Troiano (narradora), Leilah Silveira (comentarista) e Germana Garli e Jurema Iara (repórteres).

O caminho da narração foi aberto para mulheres na década de setenta, por intermédio justamente da Rádio Mulher. Em 15 de junho de 1971, durante o jogo amistoso entre Sociedade Esportiva Palmeiras e Associação Portuguesa de Desportos, a voz de Zuleide Ranieri ecoou no estádio. A partir daquele momento, as mulheres de todo o Brasil perceberam que podiam ocupar lugares no futebol que antes somente eram preenchidos por homens. Ainda na rádio em questão, a radialista e atriz Regiani Ritter se firmou como locutora e apresentadora. Na década de 80, Ritter se firmou como repórter de campo e comentarista da Rádio Gazeta, sendo convidada para ser editora-chefe e produtora do Mesa Redonda. Em continuidade, se tornou a primeira

narradora como âncora a cobrir uma Copa do Mundo (1994) na rádio.

Mesmo com a inserção da mulher no jornalismo esportivo ganhando forças, o preconceito acaba por aumentar exponencialmente. Constantemente, essas personagens lutam para dissociar as relações predominantemente de exploração a que são submetidas. O problema não se encontra no meio, mas no público, já que homens possuem dificuldade de aceitar mulheres ocupando a mídia esportiva. Nesse viés, de acordo com Barbeiro & Habib (2005, apud MICHEL e SOARES, 2009), o fator da representatividade é defendido por ambos os gêneros, mas a misoginia patriarcal fez com que a luta da mulher como comunicadora deixasse de ser antagonica para ocupar o lugar de protagonismo.

“As mulheres avançaram em estruturas sociais que eram exclusivamente de homens e passaram a dividir com eles a responsabilidade da construção da sociedade. Deixaram de ser objeto de mídia como diz Baudrillard: ‘A ética da beleza, que também é a da moda, pode definir-se como a redução de todos os valores concretos e dos valores de uso do corpo (energético, gestual e sexual), ao único valor de permuta funcional que na sua abstração, resume por si só a ideia de corpo glorioso e realizado’. Tornaram-se senhoras da história e ocuparam uma das estruturas mais importantes do poder que é a mídia. Não mais apenas como personagens das reportagens, mas como realizadoras do jornalismo” (BARBEIRO & HABIB apud MICHEL E SOARES, p. 9, 2009).

Depois de tantos assédios morais e psicológicos sofridos no século passado, essas jornalistas abriram portas para as gerações atuais estamparem programas em TV aberta, bem como em emissoras privadas. Demarcando uma evolução significativa, na atualidade vemos uma presença concisa de figuras femininas na cobertura esportiva nacional. É possível, admirar as narrações de Renata Silveira e Natália Lara (Sportv e Globo) e Luciana Mariano (ESPN), bem como apreciar a cobertura de campeonatos de renome com as repórteres Débora Gares (Sportv e Globo), Marcella Azevedo (ESPN) e Charlene Araújo (TV Gazeta). Além disso, vemos Renata Fan (Band) sendo apresentadora principal do “Jogo Aberto”, dentre outras figuras femininas que estão se destacando e mostrando um novo horizonte.

3.3 – A perseguição da jornalista esportiva no Brasil

Se no ramo da comunicação as mulheres ocupam funções menos relevantes em comparação ao número preenchido por homens, no jornalismo esportivo a situação acaba por desfavorecê-las em um grau mais elevado. A discriminação de carreira no ambiente de trabalho ganha uma suplementação quando são aliadas questões de gênero, classe e raça por ser uma

área proeminentemente masculina. Apesar da evolução, muitas mulheres permanecem preenchendo lacunas de forma coadjuvante quando comparado ao alto escalão tomado por homens. No entanto, mesmo com as dificuldades, essas personagens permanecem lutando rotineiramente por equidade nas mais diversas camadas sociais.

A princípio, no período ditatorial, as mulheres faziam parte da sociedade com um viés contingencial, onde a maioria das personagens sucumbiam às amarras ideológicas conservadoras. Aquelas que possuíam preceitos de cunho apartidário foram colocadas de lado com a chegada do governo de Juscelino Kubitschek. Essa atitude visava impossibilitar a ascensão de manifestações contrárias ao presidente, uma vez que o tradicionalismo reivindicava qualquer repercussão beneficiária às massas femininas. Sob a óptica de Castellani Filho (1988), o decurso da mulher no esporte é o trivial reflexo de como tais intérpretes foram concebidas em todos os momentos históricos, onde o futebol foi desenhado para ser consumido por homens.

Todavia, apesar dos contratemplos, a mulher passou a ter uma participação mais clara na cobertura do futebol no Brasil. Nessa lógica, é possível enxergar que as emissoras contribuíram com a estabilidade de mulheres cobrindo as mais diversas modalidades sendo repórteres, narradoras, apresentadoras, comentaristas e produtoras. Em contrapartida, o peso de estar à frente de um debate tomado pelo sexo masculino coloca as jornalistas na linha de frente para insultos e práticas de cunho sexistas vindas de dentro e fora da editoria. Por ter a audiência como a principal preocupação em uma empresa de comunicação, as redações esportivas se atentam ao feedback dos telespectadores, que como uma avalanche minimiza os esforços expostos por tantas comunicadoras. Segundo Barbeiro & Rangel (*apud* SILVEIRA, 2009, p.58), o jornalismo provoca insatisfação por não ser feito para agradar a massificação, já que “não se faz jornalismo sem se fazer vítimas, ou melhor, sem provocar algum reflexo social. Se não provocar não é jornalismo”.

Mesmo sendo detentora de todo o conhecimento futebolístico, a mulher sempre teve que lidar com críticas por não se deixar ser colocada em um lugar de inferioridade. Analogamente ao pensamento excludente, os consumidores de futebol no Brasil estão acostumados a verem homens ocupando as vagas de comentaristas, narradores, repórteres de campo e âncoras. Quando a figura da mulher passa a ocupar os mesmos lugares, mas em quantias inferiores, a descrença diante de suas capacidades são direcionados aos mínimos detalhes.

Enquanto a figura masculina está susceptível a cometer erros durante as transmissões de futebol, sendo as garfes colocadas no esquadro de irrelevância ou até mesmo com caráter humorístico, os pesos dos deslizos das mulheres não são equilibrados na mesma balança. Em síntese, as mulheres veem seus erros potencializados a cada informação desconectada, dinamizando ainda as perseguições virtuais e in loco nas editorias e dentro de campo. Por outro lado, a escolha por cobrir a categoria esportiva carrega ainda um estereótipo machista, uma vez que tentam enquadrar as profissionais em orientações infundáveis só por se distanciarem das editorias com maior incidência de mulheres.

De acordo com Araújo & Ventura (2018), a pouca aparição das mulheres no contexto esportivo está diretamente interligado ao não direito de escolha destas personagens, onde foi enraizada a crença de que as figuras femininas não estão interessadas e não compreendem do assunto. Em continuidade, a estética passou a ser um ponto importante no mercado de trabalho, uma vez que a imagem sexualizada das mulheres serviu de vitrine para atrair um número significativo de espectadores. Sobretudo, os homens presentes no jornalismo esportivo não são julgados por suas aparências, enquanto historicamente a presença do sexo feminino sempre foi discutida para agradar o ambiente trabalhista.

“Ao invés de entender o processo histórico de marginalização da mulher e de afastamento da figura feminina do universo esportivo, negando-as, muitas vezes, suas vontades e interesses, a ideia perpetuada é a da naturalidade da falta de aptidão e familiaridade das mulheres com o esporte – segundo essa linha de pensamento, também seria natural que elas demonstrem menos interesse por essa área do jornalismo. Tais análises, que não procuram razões, apenas reproduzem a naturalização do sexismo, contribuem para a manutenção da divisão sexual de espaços, funções e tarefas. Dessa forma, indicam que o sexo pode determinar as escolhas profissionais e pessoais; como se um fator biológico afetasse a evolução e participação social de alguém” (ARAÚJO; VENTURA, 2018, p.11)

O tratamento misógino sofrido por jornalistas no meio esportivo é o mero reflexo do modo como a mulher foi colocada em segundo plano nas outras profissões. Analisando o mesmo viés, as perseguições sofridas por jornalistas em cobertura nos estádios e em seus entornos podem se enquadrar, também, nos comentários e rebaixamentos de colegas de trabalho na editoria em questão. Existe a necessidade do sexo masculino em fazer permanecer a ideia de remoção de direitos das mulheres, onde a violência é direcionada a moralidade de um sistema excludente e de total poder machista.

A desconexão da venda da ideia de colocar a mulher ocupando cargos de forma igualitária está na repartição das vertentes trabalhista. Se analisarmos programas televisivos como é o caso do “É de casa”, conduzido por Talitha Morete, Maria Beltrão, Rita Batista e

Thiago Oliveira, a atração matinal conversa sobre questões do lar, percorrendo desde a culinária aos cuidados com a família brasileira. Nesse ínterim, o tema abordado é por muitas vezes direcionados a donas de casa, mas a presença do único homem à frente do espetáculo não conversa com o preconceito tal como as jornalistas enfrentam em editorias esportivas. No ponto em questão é possível ver que o machismo é mais notório para quem vive na pele as representações simbólicas da estrutura machista. A visão de enfrentamento e equidade de gênero cobijada atualmente por todas as empresas televisivas é apenas uma visão simplista perpetuada para desnivelar as entranhas patriarcais passadas.

4 – A PERSPECTIVA MACHISTA VIVIDA NA PELE

4.1 - Marcas deixadas durante a trajetória no jornalismo esportivo

Chegar a ocupar posto de relevância no jornalismo esportivo nunca foi fácil. Após mais de um século de coberturas executadas por mulheres demarcando sua competência e aptidão profissional, o embate por oportunidades ainda é visível. Mesmo que as emissoras e meios de comunicação insistam em afirmar existir uma evolução na ocupação de jornalistas mulheres na editoria esportiva, no ambiente profissional prevalece o destaque do sexismo. É intrínseco que as mulheres, em todas as áreas de atuação, precisem reincidir sua capacidade diariamente, mostrando que as opiniões dos homens são persistentes em todas as camadas sociais.

Ainda que de forma mínima, é evidente que as mulheres vêm agrupando conquistas importantes no mercado de trabalho. No entanto, as desigualdades históricas de gênero no tocante às ocupações são explícitas, especialmente se analisarmos a discrepância da ocupação de mulheres em cargos de alta posição executiva. Em termos gerais, o sexo feminino é visto com traços mais bondosos e compreensíveis, enquanto o sexo masculino é caracterizado, na maioria das vezes, como mais imponente, perpetuando autonomia e confiança em sua postura. É comum esperar de mulheres um comportamento mais atencioso, enquanto essa virtude é prescindível ao homem, ou seja, na ausência de tais atitudes a mulher é subjugada, enquanto o sexo masculino não. Em contrapartida, Thome (2012) afirma que a hierarquização no trabalho é o reflexo da subordinação existente na construção social:

"Dessa forma, a divisão sexual do trabalho tem as seguintes características: a relação entre grupos de homens e de mulheres é antagonica, as diferenças constatadas entre as práticas dos homens e as práticas das mulheres são construções sociais e não têm fundamento em causas biológicas, essa construção social tem uma base material e ideológica. Tais relações fundam-se, dessa forma, em relações de poder dominação de um sexo sobre o outro. Em outras palavras, "a divisão sexual do trabalho como relação entre dois gêneros traz embutida a hierarquia social entre esses dois gêneros. Assim, a divisão sexual do trabalho não cria a subordinação e a desigualdade das mulheres no mercado de trabalho, mas recria uma subordinação que existe também nas outras esferas sociais"" (THOME, 2012, p. 131)

Na prática esportiva, precisamente no futebol, que possui um elo nacional muito inerente, os consumidores do produto detêm grande afinidade e conhecimento sobre o tema.

Por estarem cientes das regras e de como o futebol funciona, as críticas são fervoras. No entanto, os jornalistas recebem críticas niveladas quando cometem erros, enquanto as mulheres são massacradas mesmo que o deslize seja mínimo. Essa ação, por muitas das vezes, é velada devido ao machismo enraizado, que enfatiza a falta de entendimento por parte das mulheres em relação ao desporto. Em resumo, as jornalistas são alvos comuns de comentários misóginos, desqualificando todo um trabalho por conta de um equívoco. Se nas emissoras televisivas alguns casos de assédio são externados para o público, nas rádios a incidência consegue ser maior, a diferença é que muitas das vezes permanecem nos bastidores.

Charlene Araújo, jornalista formada junto à Universidade Federal de Alagoas, após percorrer um caminho árduo repleto de sexismo, conseguiu construir um currículo invejável. A alagoana, que também é mestre de cerimônia e repórter esportiva do canal Nosso Futebol, passou por diversos veículos de comunicação, tais como: Rádio Gazeta, TV Pajuçara e Gazeta Web. No decurso de sua profissão, a comunicadora, que foi apresentadora da solenidade de posse do Presidente Luiz Inácio Lula da Silva, declarou que a editoria esportiva trouxe muitos conhecimentos, mas deixa marcas constantes da hierarquização enraizada por intermédio do machismo.

“Comecei minha carreira em 2006 e o machismo já era algo que me incomodava e ainda hoje incomoda. Já passei por situações em que meu trabalho foi questionado pelo fato de ser mulher, já recebi cantadas, propostas indecorosas, já precisei provar que tinha conhecimento de causa sobre os assuntos que abordava e, por ser mulher, precisava provar em dobro. Acho que minha maior dificuldade foi na época do rádio, onde alguns profissionais duvidavam de minha capacidade ou se sentiam incomodados porque eu desempenhava a mesma função, ganhava o mesmo salário. Houve uma situação muito desconfortável, onde fui vítima do assédio de um companheiro de trabalho, que se aproveitou de uma carona para dar em cima de mim e tentou me beijar à força. Não denunciei na época porque, infelizmente, não havia testemunhas e seria minha palavra contra a dele. A questão do assédio é algo que me deixou marcas bem ruins” (ARAÚJO, 2023)

Graduada em jornalismo junto à Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), Débora Gares atualmente faz parte do Grupo Globo, sendo repórter do Sportv. Aos 38 anos, a jornalista teve a experiência que muitas meninas sonham em ter: cobriu uma Copa do Mundo. Apesar de ter conquistado seu espaço com muita competência, a comunicadora conta que o trabalho diante da torcida e dentro dos estádios nunca foi fácil. Ela fez questão de pontuar alguns momentos dolorosos onde o machismo se perpetuou e interferiu em suas obrigações trabalhistas. A repórter esportiva é uma das muitas mulheres que exemplificam que a roupa utilizada jamais seria empecilho para intimidações vindas por parte dos homens:

“Já tive que encerrar uma pauta antes do tempo por começar a ouvir “gracinhas” de torcedores; já sofri tentativa de intimidação por parte também de um torcedor quando estava cobrindo torcida visitante num jogo estando grávida; já ouvi de chefe que o timbre feminino não servia pra narrar futebol porque poderia deixar o torcedor ainda mais nervoso do que ele já costuma ficar durante uma partida; já vi jogador desdenhar de pergunta minha em coletiva e responder de boa pergunta idêntica, porém feita por um homem... São muitos casos. E em alguns me senti desamparada, enquanto em outros pude contar com o apoio dos colegas de trabalho” (GARES, 2023)

Uma das personagens mais importantes do cenário da narração feminina no futebol é Luciana Mariano. Com mais de 30 anos de carreira, a jornalista se tornou a primeira mulher a narrar um jogo de futebol em tv aberta no Brasil. Com um currículo invejável, a comunicadora conta com passagens por Rádio Difusora, Gazeta de São Paulo, Rede Bandeirantes, Sportv, Fundação Roberto Marinho, dentre outros veículos. Apresentadora especializada em esportes, Mariano carrega uma bagagem nada agradável, repleta de uma cenarização corroída por assédios e sobreposição de gênero. Durante suas passagens pelos mais diversos meios de comunicação, a narradora teve sua capacidade profissional questionada repetidas vezes, além de ter seu sucesso atrelado à figura de seu ex-marido, que também exercia a função de narrar jogos.

“Quando me casei a minha profissão virou pauta e quando eu me separei também. Isso não deveria ser pauta. Tudo isso porque eu era uma mulher em uma posição diferente e isso influenciou na minha vida inteira porque isso definia se eu teria emprego ou não, qual seria a minha posição dentro dessa empresa, se a empresa aceitaria uma mulher narrando ou não. A minha vida é marcada, tatuada por machismo. Sobre os companheiros de equipe acontece o mesmo que ocorre na sociedade. Tem gente que apoia e tem gente que torce o nariz. Muita gente tentou me cercear. Já ouvi em uma emissora de televisão. Eles contrataram uma equipe inteira, que trabalhava em um determinado campeonato, e quando chegou na minha vez eles disseram: “A gente te contrata, mas com uma condição: você deixa de ser narradora e volta a ser repórter” (...) Eu fiquei chocada e o argumento deles foi que na emissora em questão não narrava de forma alguma, isso tudo em meados de 2000. Eu pensei sobre nenhum narrador que conheço ter voltado a ser repórter e por qual motivo eu teria que voltar? Infelizmente o machismo não foi erradicado. Toda vez que entro no ar existe um discurso de ódio dizendo que mulher não serve pra narrar. Ainda enfrentamos essa resistência. Os haters invadem nossas redes sociais pra xingar, pra falar que gostariam que morrêssemos de câncer, pra desejar nosso sofrimento. O cenário vai mudando o modus operandi, mas ele se mantém machista” (MARIANO, 2022)

Com motivos de sobra para desistir, Luciana Mariano insistiu em querer fazer história. Se não fosse a sua persistência em mostrar suas habilidades para além das quatro linhas, a narradora não seria hoje uma das maiores referências de força e imposição da narração no futebol nacional. Apesar das oscilações e da descrença de que poderia alcançar altos ares, a jornalista afirma que a mulher só vai ocupar cargos do alto escalão se outras personagens servirem como base e apoio, afinal, se dependesse apenas do machismo para direcionar os locais de ocupações das mulheres, todas estas figuras estariam presas em afazeres domésticos e

trabalhando em prol da família.

"Imagine 30 anos de história, é muita coisa. São muitas as adversidades, porque sempre acham que nós mulheres sabemos menos. Sempre nos comparam. Sempre vão achar algum tipo de desculpa para serem machistas. Como por exemplo: "Ah, a voz da mulher não serve para narrar.", mas quem falou? Eles dizem não estar acostumados, mas precisam se acostumar. Muitas pessoas não estão acostumadas a verem negros ocupando espaços de destaque. Eles não veem negros como médicos, no poder judiciário. Não é porque não estão acostumados que vamos deixar de fazer. Porque não estão acostumados com negros ocupando o poder de comando, isso significa que eles não devem exercer? Porque não estão acostumados a verem pessoas do mesmo sexo se beijando, eles não devem se beijar? Não é porque você não está acostumado a ouvir uma voz feminina narrando que eu vou me calar. São pequenas coisas que fazem muita diferença" (MARIANO, 2022)

Na década de 30 as empresas jornalísticas eram pensadas e construídas somente para homens, não havendo a existência de banheiros femininos. No período em questão as mulheres trabalhavam como telefonistas durante o dia, exerciam a função de faxineira e quando solicitadas serviam café aos jornalistas. Quase um século depois a presença da mulher foi modificada, correspondendo ao maior número dos jornalistas em todo o Brasil. No entanto, mesmo adquirindo espaço e autonomia nos exercícios de suas funções, as mulheres permanecem com as manchas do assédio e da insegurança no ambiente profissional.

Em 2017, a Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (ABRAJI) executou um levantamento onde 477 mulheres que atuavam em 271 veículos diferentes participaram. Na pesquisa quantitativa os números mostraram que não houve evolução no tratamento de homens em relação às mulheres no jornalismo. Sobretudo, 73% das jornalistas que responderam à pesquisa afirmam já ter ouvido comentários de natureza sexual sobre mulheres no seu ambiente de trabalho. Em contrapartida, 92,3% das jornalistas ouviram piadas machistas em seu ambiente de trabalho, enquanto 70,4 % admitiram já terem recebido cantadas que as deixaram desconfortáveis no exercício da profissão. Por fim, 1 em cada 10 comunicadoras já recebeu, no exercício do trabalho, propostas ou demandas por favores sexuais em troca de algum benefício profissional ou material.

Uma das jornalistas mais recentes a figurar nas mais importantes competições futebolísticas é Marcella Azevedo. Aos 29 anos, a jornalista que começou na profissão de forma voluntária e sem remuneração, hoje faz parte de uma das principais emissoras de transmissão esportiva, a ESPN. Com passagens pela Rádio Difusora, Band, canais Fox Sports e UOL Esporte, atualmente a comunicadora é repórter de campo e produtora. Sonhando desde criança trabalhar com o futebol, Azevedo batalhou para se destacar no cenário esportivo, mas se

deparou com propostas inusitadas que a fizeram questionar sua própria competência. Cercada por assédios ao cobrir futebol, a produtora afirma que não há um dia sequer em que saia para exercer suas obrigações trabalhistas e não se sinta ameaçada.

“Estou no jornalismo há quatro anos e logo no começo da minha caminhada um comunicador chegou pra mim e falou: “sai comigo que eu posso te colocar em grandes rádios”. O argumento era de que ele teria contatos e poderia me ajudar assim como ele ajudou outras pessoas. Tudo isso fez com que eu duvidasse do meu futuro. Como se para eu chegar nos meus objetivos eu precisasse sair com alguém. Eu sei das minhas qualidades. Não preciso sair com ninguém para provar minhas competências. Isso foi uma coisa que eu remoi por muito tempo até eu conversar com uma amiga minha e ela afirmar que esse homem sugeria a mesma coisa para ela. Em outra ocasião cheguei no trabalho e recebi mensagens no Instagram de uma pessoa que trabalhava comigo me elogiando fisicamente. Era constrangedor trabalhar com uma pessoa dessa praticamente na sua frente, que tinha família, era casado. Por ser uma pessoa querida por todo mundo você não sabe o que fazer. O sentimento era de que eu estava começando agora e não queria causar nenhuma confusão. Foram várias situações em que fiquei calada, não compartilhei com ninguém e nem levei à frente. Infelizmente são coisas que acontecem, mas hoje eu tenho certeza de que não me calaria” (AZEVEDO, 2022)

Além da sexualização dos corpos femininos, a maioria das empresas buscam contratar mulheres solteiras e sem filhos, isso porque, teoricamente, elas não irão ter outras preocupações a não ser com a profissão. Um contraponto a ser feito está na caracterização destas profissionais. Por ser um ambiente tomado por homens e possuir o conteúdo consumido por este gênero, as figuras femininas, ainda, precisam se enquadrar nas vestimentas necessárias para dar credibilidade ao que se fala.

4.2 Motivação da evasão no jornalismo esportivo brasileiro

Os meios de comunicação, com maior evidência a televisão, possuem um caráter de influência social, uma vez que corroboram na instituição da persistência de padrões comportamentais. Ter uma figura de destaque com as mesmas características que uma parcela social excluída, é sinônimo de possibilidade de ascensão. Corroborando com essa ideia, a existência de mulheres no jornalismo esportivo na tv ou rádio, proporciona a jovens mulheres a impressão de que a equidade foi atingida em questões trabalhistas. De acordo com o último levantamento do IBGE, publicado em 2022, o Brasil atingiu a marca de 203 milhões de habitantes, sendo 48,5% composto por homens, enquanto 51,5% eram formados por mulheres. Essa margem de diferença corresponde a quase cinco milhões de mulheres a mais que os homens no país. Se a maioria fosse garantia de ascensão, a figura feminina teria mais chances de ocupar postos executivos e seriam responsáveis por a maior parcela dos empregos. Todavia,

o patriarcado enfatiza mais uma vez que o lugar de pertencimento do sexo feminino é definido, em sua maioria, por homens.

Em março de 2023, a *Reuters Institute* divulgou resultados de um estudo intitulado de “Mulheres e liderança na mídia: evidências de 12 mercados”. Sobretudo, a pesquisa consiste em mostrar a desigualdade de gênero no jornalismo em mais de uma dezena de países, incluindo o Brasil. Em síntese, no país, as mulheres correspondem a 58% dos profissionais no ramo da comunicação, mas apenas 13% estão ocupando cargos de renome. Para se ter noção do desnível de gênero em território nacional, dentre os doze países estudados, o Brasil ocupou a penúltima posição em relação a mulheres que ocupam a cadeira de chefia no jornalismo.

“[...] consumidores que afirmam consumir notícias de pelo menos um grande veículo com uma mulher como editora principal varia entre, no extremo superior, 72% no Quênia e 71% na Finlândia para, no limite inferior, 18% no México e 27% no Brasil. Este ano, em metade dos mercados abrangidos, menos da metade dos usuários de notícias online acessaram notícias de pelo menos um grande meio de comunicação com uma mulher como editor principal na semana passada” (ARGUEDA et al, 2023, p. 05)

A luta das mulheres por direito à igualdade vai além da garantia de exercer autonomia ao escolher um candidato que as represente socialmente. As dificuldades dessas figuras caminham lado a lado com a descaso da disparidade salarial e oportunidades de emprego. Quando falamos de mulheres executando o papel no jornalismo esportivo os casos de assédio, intolerância e violência verbal e física são inerentes à prática profissional mais que nas demais editorias da comunicação. Ao ser questionada sobre o motivo de mulheres ainda serem tão recriminadas no ambiente da comunicação esportiva, Marcella Azevedo foi enfática e mais uma vez questionou o papel da imprensa brasileira em perpetuar e naturalizar um ambiente tão machista. De acordo com a jornalista dos canais ESPN, é necessário que as chefias tomem conhecimento do crescimento vertiginoso de mulheres interessadas em comunicar por intermédio do jornalismo esportivo. A relevação ainda faz um aparato sobre as discrepâncias nas editorias e postos superiores que minoritariamente são preenchidos por mulheres.

“Eu acredito que seja por conta do histórico de machismo no esporte. Dá um certo medo de você se aventurar em uma área que você não vê tantas mulheres. Obviamente a realidade mudou. Hoje temos mais mulheres trabalhando no meio esportivo, mas mesmo assim dá medo. Têm muitas mulheres na ESPN, mas quando você para para analisar quantos homens têm, você enxerga que ainda assim são poucas mulheres. Você vê 20 mulheres e quando compara tem uns 50, 60 homens. Se existem 70 pessoas o correto é ter 35 mulheres e 35 homens. Existem muitas mulheres boas, competentes, mas estão fora do mercado por falta de oportunidade e muitas desistiram pelo caminho, seja porque sofreram assédio ou outros motivos misóginos. Uma mulher precisa se provar cinco vezes mais que o homem para ser melhor em tudo. Eu tenho

algo comigo que antes de passar qualquer dado para alguém eu leio e confirmo cinco vezes, porque eu tenho medo de ser julgada por ser mulher. A falta de credibilidade, o machismo, o medo de usar uma roupa e ser julgada ou não compreendida.” (AZEVEDO, 2022)

Em contrapartida, a visão de Luciana Mariano sobre a desistência de mulheres em adentrar no jornalismo esportivo é motivada por falta de possibilidades. Segundo a primeira mulher a narrar um jogo em tv aberta, as jornalistas possuem validade e que não possuem a liberdade de exercer o papel de comunicar assim como os homens. Além disso, Mariano correlaciona a falta de respeito para com essas figuras e destaca os desníveis salariais entre ambos os gêneros.

“Essa desistência da mulher no jornalismo esportivo é ocasionada pela falta de oportunidade, continuidade e porque em uma dada idade ela é vista como descartável, já que ela envelheceu. Na cabeça dos homens, quando uma mulher passa dos 35 anos, ela não é mais vista como atraente e jovial. Esse pensamento antiquado, os xingamentos e a pressão que as mulheres sofrem levam aos questionamentos: “Por que eu tenho que passar por isso?”, “O dinheiro que eu ganho me recompensa por passar por todos esses apertos?” Tudo isso nos ajuda a entender e isso estará sempre ligado ao machismo. É importante lembrar que o futebol é um local de entretenimento sim e apesar de reunir vários povos, permanece sendo um local machista. Ele permanece sendo um local machista porque nós, como sociedade, ainda somos machistas. O esporte, mas especificamente o futebol, ele é a extensão do que somos dentro de uma sociedade. Se nós tivéssemos uma sociedade sem machismo, o futebol também não teria machismo. Então ele é uma extensão. A minha trajetória, em si, é marcada por muitos episódios de machismo. A minha competência ainda é questionada, embora eu tenha 30 anos de profissão. O machismo não acabou e de tempos em tempos ele fica pior, porque essa polarização que a gente vive, infelizmente, volta a questionar coisas que aparentemente tínhamos erradicado. E infelizmente vemos muitos homens machistas e mulheres que reproduzem o machismo, em menor quantidade, mas existe. Isso continua me dizendo que eu não deveria estar no local em que eu ocupo. Isso não ocorre só comigo. Isso acontece com todas as narradoras e isso é triste, porque achei que estaríamos em uma página muito mais adiantada” (MARIANO, 2022)

De acordo com Ribeiro (1998), os ambientes das empresas jornalísticas sempre foram pensados para agradar ao público e profissionais masculinos. Com os recintos servindo de exclusão para com o gênero feminino, esse preconceito se estendeu aos dias atuais. No mais, se no exercício do jornalismo existiam restrições, no jornalismo esportivo essa taxação perpetua de uma forma mais gradativa. Sob a óptica de Débora Gares, a falta de representatividade nesses locais agrava o desinteresse por parte das comunicadoras, que optam em seguir outras áreas do jornalismo, e não o esportivo.

“Pela falta de espaço, de incentivo e de modelos. É difícil você fazer uma projeção de carreira no jornalismo esportivo quando a maioria dos repórteres, comentaristas, narradores, apresentadores e colunistas são homens. É difícil pensar em ascender hierarquicamente quando todos os chefes das redações esportivas são homens. É difícil ter que estar provando a todo momento que você gosta e é capaz de lidar com esse tema” (GARES, 2023)

A princípio, Pacheco e Silva (2020) afirmam que o jornalismo esportivo não foi feito para comportar mulheres. Os autores pontuam que o ambiente em si contribui para a exclusão sistemática dessas personagens, uma vez que existe uma possibilidade de reserva masculina na qual se constroem ambientes que legitimam linguagens de hegemonia masculina. Por outro lado, apesar do esporte ser um artefato de comunicação e emancipação político-social, a presença das mulheres permanece sendo vista de forma a implicar na não normalização de sua execução. A princípio, as mulheres eram proibidas de praticar qualquer tipo de esporte, até que houve uma flexibilização e puderam usufruir da modalidade como meio de expressão e potência autônoma.

“As relações de desigualdade entre homens e mulheres no campo dos esportes são marcadas pela complexidade, contradição e controvérsia, uma vez que englobam desde proibições de participação de clubes esportivos, passando pela justificação biológica para a proibição de prática em determinadas modalidades, pela invisibilidade, discriminação e banalização das práticas esportivas femininas, até por políticas públicas que favorecem determinadas mulheres e excluem outras da prática esportiva, contribuindo dessa maneira para desigualdades percebidas como naturalmente dadas.” (PACHECO; SILVA, 2020, p. 02)

Para Charlene Araújo, as oportunidades negadas a mulheres no jornalismo esportivo são consequências de um pensamento conservador e machista, no qual a capacidade feminina sempre será interpretada com descrédito. Segundo a alagoana, o gênero feminino se afasta, ainda, da editoria esportiva por não possui afinidade com um tema, já que por diversos anos a mulher sequer poderia consumir e se fazer presente nas arquibancadas para torcer o até mesmo praticar as modalidades.

“Falta oportunidade. Falta que acreditem mais na capacidade feminina. A mulher tem um olhar diferenciado, um trato mais cuidadoso com a informação e pode oferecer muito mais. Mas, enquanto houver o pensamento conservador e machista, essas oportunidades serão raras. Acredito que seja uma questão de afinidade. Eu já cresci no meio [esportivo]. Pra mim foi algo natural. Quando você está na faculdade, geralmente busca direcionar sua vontade. Comigo foi assim. Passei por outras editorias também, mas o esporte sempre foi minha preferência.” (ARAÚJO, 2023)

Mesmo com tamanha evasão na editoria esportiva ocasionada por uma constância de comportamentos depreciativos, são em outras personagens que as comunicadoras encontram motivação para persistirem na luta. De modo geral, se as jornalistas que abriram as portas para o crescimento e profissionalização das novas profissionais tivessem parado no primeiro percalço, hoje as personagens femininas sequer teriam seus rostos em evidência para o Brasil por meio das mídias digitais e impressas.

4.3 - A importância da representatividade da comunicadora no esporte

Apesar dos desníveis profissionais em que costumam submeter as mulheres, estas figuras, aos poucos, vão demarcando seus espaços nas editorias esportivas. A importância de observar uma mulher imponente na televisão aberta ou canal privado estabelece uma linha tênue, mas não duradoura, de que é possível sobreviver às amarras da intolerância de gênero.

Com a ascensão da figura feminina no esporte, nomes como o de Rejane Ritter ganharam notoriedade. Percebendo a necessidade de abrir novas portas para o sexo feminino, Ritter fez questão de alavancar a carreira de Luciana Mariano. Quem hoje assiste a comunicadora brilhar nos canais Disney+, não imagina os problemas enfrentados para ocupar seu lugar de representatividade. Mostrando que a vida de boa parte das mulheres é feita de oportunidades e sororidade, Luciana começou a trilhar seu percurso no futebol por meio da ajuda de outras mulheres, mas que não estavam em tanta evidência para servir de espelho para as demais gerações.

"Quando eu olho para trás e vejo a minha trajetória solitária durante décadas. Existe uma evolução imensa. A partir de 2015, especialmente em 2018, quebraram essa barreira, que precisa ser estabelecida, que chega para se fixar, mas ela não é o suficiente. Quando falamos de igualdade preciso ser realista em dizer que só com uma mudança muito grande socialmente falando para a mulher conseguir ser vista de igual para igual. Os próximos anos serão predominantes para a mulher no jornalismo esportivo. Se fosse há dez anos, diria que estaríamos há anos luz de conquistarmos isso e hoje falo que estamos a alguns anos de conquistar isso. É um movimento que não tem volta. Uma vez que tomamos consciência do que precisa ser feito, não tem como desaprender o que aprendemos como sociedade. A mulher não volta para a cozinha a não ser que ela queira. O negro não volta para a senzala. A comunidade LGBTQIA+ não volta mais para o armário. São movimentos de inclusão, diversidade, sem volta. Não há negociação nesse sentido. Vai acontecer. A questão é só o tempo. Quando vai acontecer" (MARIANO, 2022)

Enquanto as três décadas de trabalho árduo de Luciana Mariano possibilitaram que a personagem servisse como exemplo de superação e persistência no futebol, as gerações mais recentes puderam acompanhar ainda, em sua infância, a participação crescente de mulheres cobrindo o futebol na televisão e nas rádios. Marcando presença na Copa do Mundo do Catar, em 2022, Débora Gares ponderou que gostaria de ter vivenciado a experiência quando mais nova, mas agradece a outras mulheres que abriram as portas para que hoje ela pudesse entrar.

"Eu cresci vendo a Mylena Ciribelli apresentando o Globo Esporte e o Esporte Espetacular. E quando escolhi ser jornalista, todos diziam que eu seria a próxima Glória Maria. Foi importante ter tido esses exemplos para poder sonhar e lutar por uma carreira, e também teria sido importante ter visto mais mulheres em cargo de

chefia e destaque nas redações pelas quais passei ao longo dos anos. Caminhos já pavimentados são mais fáceis de serem trilhados” (GARES, 2023)

Para justificar o sucesso, algumas pessoas acreditam existir meritocracia, mas onde essa nomenclatura entra quando analisamos todos os percalços que as mulheres enfrentam para exercer as mesmas funções e ganhar bem menos? A disparidade salarial não é comentada nas editorias, mas as cobranças por trabalhos de qualidade estão sempre em primeiro plano. Não obstante da realidade submissa, são em outras mulheres que as jornalistas projetam seu futuro promissor, onde a vivência é inerente ao conhecimento. Desde muito nova enxergando a dificuldade em evidenciar mulheres ocupando cargos de destaque, Marcella Azevedo via em Renata Fan, apresentadora do jogo Aberto, da Rede Bandeirantes, uma projeção profissional, que foi alcançada depois de muito esforço pessoal, mas sem um manual de instruções.

“Quando comecei a gostar de futebol eu voltava correndo do colégio para assistir o Jogo Aberto (programa da Band), justamente por ter a Renata Fan. É uma mulher que estava ali falando de futebol, coisa que não era comum de se ver. Posteriormente surgiu a Fernanda Gentil e eu me espelhei nela. Primeiro porque a Renata Fan era apresentadora e eu nunca cogitei ser apresentadora. Eu queria ser repórter, eu queria contar histórias. E a Fernanda Gentil serviu para mostrar que existem mulheres que podem ocupar esse espaço. Quando me chamaram para trabalhar no Jogo Aberto foi nostálgico. Era uma sensação de: “Caramba! Eu vou trabalhar com uma pessoa que há 14 anos me inspirou. Que me levou a acreditar que eu chegaria lá. Meu primeiro contato foi muito louco, porque ainda é um ambiente muito machista. Você não vê mulheres no jornalismo esportivo. Ali foi o pontapé de muita coisa. As coisas mudaram tanto, deram um salto tão grande que hoje não vemos apenas a Renata Fan. Nós vemos a Glenda, a Ana Thaís Matos, Renata Mendonça, Renata Silveira, Mariana Spinelli, Mariana Pereira, Eliane Trevisan (...) Hoje nós vemos outras mulheres no jornalismo esportivo e hoje eu trabalho com várias mulheres que servem para as meninas que estão chegando. Isso (representatividade) é ótimo porque serve para as meninas mais jovens, que gostam de acompanhar futebol, que não existem só homens. Elas estão vendo mulheres e podem ver outras que estão chegando para dominar espaços que até pouco tempo pertenciam apenas aos homens. Hoje já é possível vermos várias mulheres comentando, narrando, reportando, fora as outras mulheres que estão nas redações e edições” (AZEVEDO, 2022)

Pontuando que as referências são caracterizadas por indivíduos semelhantes, Charlene Araújo deleita-se em uma lista extensa de agradecimentos pessoais, os quais serviram como base para a persistência de sua luta no jornalismo esportivo. Apesar de destacar jornalistas renomadas no cenário nacional, a comunicadora enalteceu os trabalhos de personagens atuantes no jornalismo alagoano, frisando o comprometimento de elevar e emergir juntamente com as mulheres que estavam abaixo, querendo um espaço e espelho de enfrentamento.

“Minhas referências na profissão vieram de Glenda Kozłowski, Mylena Ciribelli, Fátima Bernardes, Lídia Ramires e Fernanda Medeiros. Essas pessoas possuem importância para mim porque, de algum modo, me fizeram uma apaixonada pelo que faço. Glenda, Mylena e Fátima, porque “invadem” a minha casa e me faziam sonhar com as reportagens e coberturas esportivas. Eu ficava vidrada em frente à TV quando elas apareciam. Lídia e Fernanda atuavam aqui no estado. Fernanda atua na área

até hoje, inclusive. Elas foram as referências mais próximas, pessoas que eu "podia ver de perto" e saber que o sonho poderia se tornar real. Fernanda sempre me incentivou também. Lídia eu só tive a oportunidade de conhecer alguns anos após minha formatura, mas ela sempre foi uma lenda pra mim" (ARAÚJO, 2023)

Como resultado da representatividade muitas jornalistas conseguiram abrir caminho para a nova geração, que conta com aparições mais recorrentes como é o caso da repórter de campo Aline Nastari, na TNT Sports, da narradora Natália Lara, do Sportv, bem como outras. Se não fossem as percussoras da crônica esportivas como Claudete Troiano, Regiane Ritter, Simone Mello, Abigail Costa e Marisa de França, o caminho para outras mulheres na comunicação jamais seria pavimentado. Sobretudo, como Charlene Araújo teve muitas possibilidades oferecidas por outras mulheres, a jornalista alagoana recorda de uma conquista pessoal, onde o protagonista principal de sua história foi seu pai, que caminhou a passos longos para que a filha pudesse ser um exemplo na modalidade maceioense.

"Acredito que alcancei muitos momentos especiais em minha trajetória. Mas, um momento especial foi quando fiz uma matéria em que contei um pouco da história de meu pai no futebol e um de seus lances mais marcantes na história do futebol alagoano. Fiz coberturas locais, regionais, nacionais... Ainda me falta no currículo uma cobertura internacional. Mas sou muito feliz com tudo o que construí até hoje. Apesar de quase vinte anos de carreira, ainda me vejo como uma iniciante, com o mesmo frio na barriga e o brilho nos olhos de quem se apaixona por aquilo que faz" (ARAÚJO, 2023)

Mesmo com o estrelato sendo alcançado por algumas jornalistas, outras permanecem lutando nos bastidores em busca de oportunidades no mercado de trabalho. Apesar de todo o esforço em exercer sua profissão com dignidade, muitas comunicadoras tiveram seus espaços invalidados por comportamentos importunos vindos de colegas de profissão e consumidores esportivos, tais como torcedores nos estádios e nas redes sociais. Dessa forma, pensando em resguardar a integridade física e moral dessas mulheres, alguns movimentos sociais foram deflagrados nos veículos de imprensa.

4.4 – Relevância dos movimentos sociais para a continuidade da resistência

As incidências de casos envolvendo assédio moral e físico ganharam certa notoriedade à medida que as mulheres conquistaram espaço e voz ativa. Rotineiramente essas figuras se depararam com empecilhos colocados em seus caminhos, precisamente no tocante às práticas trabalhistas. No jornalismo esportivo, a incidência de atos misóginos e machistas são nivelados com comentários provenientes de colegas de trabalhos e até mesmo torcedores. Em um dos

episódios que gerou revolta em massa sobre a temática, foi evidenciada a soberania sexista nas arquibancadas dos estádios. No dia 11 de março de 2018, Renata Medeiros, jornalista esportiva da Rádio Gaúcha, cobria o clássico Grenal (como é conhecido o duelo entre Grêmio e Internacional), pela primeira rodada do Campeonato Gaúcho, no Estádio Beira-Rio, quando foi abordada por um torcedor do time colorado e ouviu os termos: “Cadela”, “Sai daqui, vadia” e “Putá”. De forma detalhada, Petinelli (2018) destrincha os momentos desumanos e de total desconforto que diversas profissionais já passaram.

“Um torcedor colorado resolveu agredi-la verbalmente sem evocar qualquer motivo, só justificando mais tarde que seria por ela ser gremista, como se isso justificasse. No entanto, Renata nunca disse torcer para o time tricolor gaúcho. Como publicou a Rádio Gaúcha em seu site, dois dias após o ocorrido, “além do machismo, o que agrediu a Renata no Grenal foi a cegueira que toma conta de alguns torcedores”. O fanatismo das torcidas e a tensão do jogo acabam sendo usadas para justificar atitudes machistas em agressões que ocorrem nos estádios durante e após a partida.” (PETINELLI, 2018, pg. 06).

Os recorrentes casos de assédio dentro dos estádios tomaram notoriedade, mais uma vez, em 13 de março de 2018, quando a repórter Bruna Dealtry, contratada pelo canal Esporte Interativo, fora beijada à força por um torcedor. Na ocasião, a profissional cobria a partida entre Vasco e Universidad de Chile, pela Copa Libertadores da América. Endossadas por esses fatídicos acontecimentos no âmbito do futebol, foi criado, por meio de 52 jornalistas que trabalhavam, à época, na editoria esportiva, em 21 de março de 2018, o Movimento #DeixaElaTrabalhar. Mediante às denúncias feitas nas redes sociais Instagram e Facebook, as queixas de assédio sexual e moral dentro e fora dos estádios foram relatadas e tomaram conta das principais mídias digitais. A campanha consistiu em externar, por meio de vídeos compilados de diversas jornalistas, comentários violentos e ameaças de torcedores nos estádios e nos meios virtuais.

De acordo com Luciana Mariano, a importância do movimento é iminente à busca por voz ativas para que outras personalidades possam denunciar. Contudo, a jornalista da ESPN pontuou uma certa ineficiência nas respostas que os protestos femininos causam perante toda a sociedade. Nesse ínterim, a narradora pondera a perpetuação de ações conjuntas para que todos os indivíduos da sociedade sejam politizados, buscando ensinar e evidenciar as adversidades sofridas por tantas personagens femininas na área do jornalismo.

“O #DeixaElaTrabalhar foi muito importante. A chegada do “dibradoras” (programa da ESPN) trazendo o olhar mais feminista para o esporte, dando visibilidade para o futebol feminino e todos os esportes que envolvem a mulher foi extremamente importante. Esses movimentos de tempos em tempos precisam acontecer, porque

infelizmente as pessoas não se informam, não procuram se informar do que nós estamos falando. O que é o feminismo? O que é a inclusão? O que é diversidade? O que é a pluralidade? O que é igualdade de direitos? De tempos em tempos precisamos voltar para explicar isso através de campanhas, movimentos. Porque infelizmente para alcançar algumas pessoas que não se interessam em descobrir o que isso significa é preciso esses movimentos. Eles não são tão profundos, mas alcançam algumas pessoas. É a única forma de tocar essa forma, “oh presta atenção que tem algo ali”. Eles funcionam.” (MARIANO, 2023).

Como se não bastassem as barreiras impostas pela sociedade, a mulher, além de ser desvalorizada financeiramente, ainda é vítima de assédio dentro e fora dos gramados. Segundo Ramires (2020), o último levantamento (2017) feito pela Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo evidencia o desrespeito masculino no mercado de trabalho, onde mais da metade das comunicadoras brasileiras sofreram algum tipo de violência em seu ambiente de trabalho:

“A pesquisa indicou que 83,6% das mulheres consultadas já sofreram algum tipo de violência psicológica, 65,7% já tiveram sua competência questionada e 64% já sofreram abuso de poder de chefes ou fontes de informação. Outros 86% das mulheres que responderam o questionário afirmaram já terem vivenciado algum tipo de discriminação de gênero no trabalho, quanto a oportunidades de crescimento profissional, distribuição de tarefas ou definição de salários.” (RAMIRES, 2020, p.503)

Além dos casos listados envolvendo o movimento #DeixaElaTrabalhar, a situação em torno da jornalista Jéssica Dias, dos canais ESPN, gerou uma grande revolta por parte da sociedade, principalmente entre os amantes por futebol. No dia 7 de novembro de 2022, a comunicadora cobria o segundo confronto das semifinais da Conmebol Libertadores, entre Flamengo e Vélez Sarsfield, da Argentina. De modo geral, enquanto comunicava ao vivo a chegada dos torcedores ao Maracanã, a profissional recebeu um beijo no rosto vindo de um flamenguista. Visivelmente abalada, a repórter foi acolhida imediatamente por seus companheiros de equipe, que a auxiliaram a prestar queixa contra o assediador. Amiga da vítima, Marcella Azevedo pontuou que os movimentos precisam mostrar continuamente o desejo das mulheres querem igualdade de tratamento, bem como de segurança.

“O movimento é feito para unir forças, mas o ideal seria que ele não ganhasse destaque apenas quando casos assim (de assédio) acontecessem. É preciso que o movimento sempre esteja mostrando que a gente quer igualdade, trabalhar, que a gente que ter nossos direitos respeitados, que queremos igualdade salarial, queremos segurança. Não adianta levantar a bandeira apenas por um mês ou quando algum caso ganha repercussão. O ideal seria que fosse algo contínuo e principalmente que as mulheres se apoiassem, sem duvidar” (AZEVEDO, 2023)

Na visão da produtora, muitas das denúncias são ignoradas quando não são escancaradas no ao vivo. Um ponto erguido pela profissional está no caso de sua colega de emissora, que teve a seu favor, no episódio deplorável, uma câmera ligada para televisionar a

todo o Brasil o assédio sofrido. Em contrapartida, a jornalista faz um apelo diante da nova geração para que não reproduzam comportamentos de silenciamento e de invalidação de gênero impostos ao decorrer dos séculos.

“Infelizmente o caso da Jéssica ganhou comoção porque foi em frente das câmeras, mas será que o rapaz seria preso se não tivesse filmado? Será que outras mulheres teriam se comovido se não tivessem filmado o ocorrido? É algo que precisa ser trabalhado gradualmente para crescer mais. E isso acontece porque vivemos em uma sociedade babaca. Que muita gente, principalmente mais velha, acha que a mulher está ali para servir aos homens, que lugar da mulher não é no esporte ou trabalhando. É como se a mulher que trabalhasse com vários homens em volta tivesse que aceitar os assédios sofridos. Quem pode salvar a humanidade é a nova geração. Os meninos estão se ligando. O assediador da Jéssica tem um filho de 17 anos e o filho, que estava com ele (assediador) pediu desculpas e se sentiu extremamente envergonhado. Se você for contra isso eles intitulam de “mimimi”, ou dizem que foi “só um beijo”, “se fosse um cara bonito você ia gostar”. Não é questão de fisionomia, mas de ter a sua privacidade, seu corpo, invadido por alguém que você não permitiu. O corpo da mulher não é nenhuma prateleira pra qualquer um chegar e colocar a mão a hora que quiser” (AZEVEDO, 2023)

De acordo com um levantamento (2020) efetuado pela Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (Abraji), os ataques a mulheres jornalistas ganharam dimensões absurdas. A princípio, 61 mulheres tiveram sua liberdade de imprensa violadas, o que correspondia a 17% do total de ataques. Em contrapartida, das agressões ocorridas no meio digital, 56,76% das vítimas eram figuras femininas. Imbuída em garantir a segurança e manutenção profissional das mulheres no jornalismo brasileiro, Luciana Mariano, juntamente com um grupo de amigos advogados e psicólogos, colocou em prática uma forma de assegurar vítimas de assédio na comunicação. Em resumo, a narradora abraçou a causa para dar visibilidade e voz às mulheres que não possuem recursos financeiros de denunciar a violência sofrida dentro e fora dos bastidores da comunicação. Segundo a narradora, é necessário que a sociedade se mova com o pensamento de inclusão, analisando às relações de pluralidades envolvidas de um sistema que inferioriza o trabalho e a presença da mulher.

"Foi uma atitude minha, pessoal, de acionar alguns amigos advogados, porque sabemos que isso requer custos e nem todo mundo possui grana para ficar abrindo processo. Infelizmente aqui no Brasil sabemos que sem dinheiro é difícil entrar em algumas batalhas, embora eu defenda de todas as formas. Por que eu tenho que ser atacada pelo que eu faço? Por ser uma mulher que narra futebol? Por que as pessoas podem falar o que elas bem entenderem pra mim? Não, elas vão esbarrar em alguns limites e esses limites são leis. Eles podem não gostar, mas é um direito. Se não gosta, passa reto, mas me ofender não. Não aceitaríamos esse tipo de comportamento em espaço físico. A vida na internet hoje é uma extensão da nossa vida física, real. Me juntei a esse grupo de amigos e advogados, mais uma psicóloga para explicar o porquê de aquilo ter desdobramentos. Começamos a rastrear essas pessoas e abrir processos. Estamos chegando a quase 300 processos, ganhamos mais de 80 com quase 300 em curso. Seguimos tentando combater tudo aquilo que esbarra na lei. Eu fiz isso por mim. Pensando em dar o exemplo e puxar a fila para que outras mulheres possam também fazer isso. Não é tão simples, mas é preciso ter algum movimento,

porque ficar sentada vendo e ouvindo não dá. Precisamos ser intolerantes com qualquer intolerância. Não há razão para tantos ataques e ódios. Não estamos cometendo crimes ao narrar os jogos, nem elas. Sempre haverá pessoas que não gostam, mas não estão esbarrando no limite da lei." (MARIANO, 2022)

Mesmo com tamanhas dificuldades enfrentadas na cobertura do futebol nacional, a persistência em ocupar os devidos lugares é maior que qualquer barreira imposta pela comunidade. O jornalismo esportivo permanece sendo um cenário onde a equidade de gênero ainda é ilusória ao passo de ser alcançada. É comum enxergarmos a pouca quantidade de melhores nas redações esportivas, bem como assumindo o estrelato nos noticiários esportivos. Há ainda a negação sistemática da figura feminina, onde a preferência é que seja branca, jovem, solteira e sem filhos. Segundo Débora Gares, as empresas televisivas estão compactuando com o enredo de inserir personagens mulheres na cobertura dos desportos, mas os trabalhos para o crescimento deste número precisam ser reafirmados e batalhados todos os dias não somente por profissionais, quanto por parte das instituições.

"Estamos numa sociedade patriarcal e isso permeia todos os aspectos da nossa política, economia e cultura. Então é preciso atuar em muitas frentes e de forma intensa, contínua e coletiva para conseguirmos avanços. É preciso ampliar as políticas públicas de amparo e promoção das mulheres. É preciso obrigar as empresas a atuarem em favor delas. É preciso formar novas gerações conscientes da necessidade desse incentivo, apoio, respeito e reconhecimento do valor da mulher. E por aí vai." (GARES, 2023)

A visão de Luciana Mariano vai além da insistência das empresas em abrir as portas para jornalistas formadas. Sob a óptica da narradora, é necessário ofertar dignidade às personagens que desejam ter sua primeira experiência no mercado de trabalho, onde por muitas das vezes as qualificações são solicitadas, mas as portas não são escancaradas para mulheres mais novas.

"As empresas vão precisar bancar, vão precisar mantê-las, dar suporte e expertise, porque muitas destas jornalistas chegam sem experiência porque não deram oportunidades. É necessário capacitar para incluir. É necessário além disso, manter as mais experientes (jornalistas) para repassar às demais. É necessário mostrar que as mulheres permaneceram nesses cargos e que elas permaneceram em seus cargos até suas limitações, como acontecem com os homens. Ainda é sobre representatividade, mostrar que é possível, que vale a pena e dar oportunidade. Para chegarmos de igual para igual ainda vai levar tempo. Temos muita luta pela frente, mas estou confiante (...) vai existir uma rejeição, é normal. Já enfrentei isso antes, mas ela é passageira. Porque pela primeira vez estamos tendo mulheres narrando futebol. Temos uma safra de narradoras que chegaram em 2018. As empresas, elas possuem pilares e são esses pilares de diversidade, inclusão, igualdade. Parte desses pilares está em dar oportunidade para que mulheres, deficientes e negros sejam incluídos. Esses pilares nos sustentam, porque as empresas vão continuar batendo nessa tecla. Em um futuro muito próximo será impossível ver uma empresa que não apoie a inclusão, porque são pilares de uma sociedade saudável. São pilares da nossa evolução. Estou segura de que esse movimento não tem volta. Podem espernear à vontade, mas as empresas vão insistir em incluir. Quem é contra sempre esteve

incluído. Já as pessoas que entendem que esse movimento é fundamental e irreversível são aquelas que foram ou são excluídas. No cenário atual contamos nos dedos as mulheres com mais de 45 anos que estão em atividade. Isso acontece porque não nos deram oportunidades. A mulher envelhecer no jornalismo esportivo é inadmissível, porque a experiência dela não conta. Olha que grave, porque os jornalistas mais respeitados são bem mais velhos, na maioria das vezes brancos, heteros e de classe média alta. Daqui pra frente, além de incluir, precisamos manter essas figuras femininas para que nossa experiência seja levada em consideração" (MARIANO, 2022)

De alguma forma, as entrevistadas se conectam por meio de suas experiências adversas na área do jornalismo esportivo e de modo linear as histórias se cruzam por demarcar um espaço onde o esforço da mídia em popularizar o mito de igualdade conquistada converge com a realidade dos bastidores. Por serem rotineiramente silenciadas, a luta se perpetua entre as mulheres que cobrem o futebol no Brasil, mas na mesma proporção que conquistam seus respectivos espaços, aumentam também as perseguições vindas de homens que dividem o mesmo palanque na profissão e dos consumidores do conteúdo divulgado pelas emissoras televisivas. Resumidamente, as empresas querem promover a imagem da mulher jornalista como meio de vender a ideia de assimetria e de superação das questões machistas.

5 - CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante da proposta de analisar o processo de ascensão da mulher na cobertura de eventos futebolísticos nacionais, as falas das jornalistas entrevistadas se conectam com as percepções de que estas personagens estão longe de atingirem o respeito e prestígio dos homens na comunicação esportiva. A trajetória da mulher em busca de reconhecimento e participação social sempre foi envolta de muitos entraves interligados a desigualdade de gênero, onde os preconceitos refletiram em seu crescimento profissional. De modo geral, a imersão da mulher no mercado de trabalho ligou o sinal de alerta sobre a independência diante dos homens, o que motivou o descontentamento do sexo oposto na tentativa de subversão de papéis na comunidade, vista como inaceitável tamanha influência.

Com a história sendo construída e reproduzida como fonte de desnível de gênero, os homens se autodeclaravam detentores de maior poderio. Enquanto as personalidades femininas estavam fadadas a cuidar única e exclusivamente do lar, aos homens foi imbuído os trabalhos braçais bem como a concentração dos direitos de ir e vir, resultando assim no domínio econômico e ideológico ao longo de sua existência. Nesse ínterim, a mulher viu um ponto de inclusão ao decorrer dos processos capitalistas, onde a necessidade de soerguer no mercado de trabalho passou a ter curtas brechas para sua ascensão, mesmo que de forma desnivelada.

Devido aos processos e as lutas para se tornar protagonista de sua própria história, a mulher, repelida por questões machistas, conseguiu aos poucos ter direito a frequentar universidades e conseqüentemente ser detentora de seu futuro. Apesar da mídia vender o conto de que as mulheres chegaram ao mesmo nível de qualificação dos homens, as análises contidas neste trabalho corroboram com a ineficiência de um sistema rude e secular, que enquadra as mulheres como meros objetivos de cobiça misógina. Mesmo com o ingresso de jornalistas no mercado de trabalho na televisão brasileira, a participação de tais protagonistas na editoria esportiva permanece entrelaçada com uma presença massiva de comportamentos depreciativos.

A princípio, por se tratar de uma área da comunicação que contribuiu para o processo de emancipação da mulher, o jornalismo esportivo acaba por também silenciar as qualificações que são, por diversas vezes, mostradas à força por essas profissionais. Apesar de relutar para aceitar as jornalistas cobrindo o futebol nacional, o comprometimento em ocupar estes espaços serviu, atualmente, como processo de incentivo ao respeito e visibilidade. Contudo, é válido

salientar que mais personagens assumiram as ocupações de repórteres, jornalistas, comentaristas, apresentadores e narradoras quando comparadas ao século passado, mas o machismo permanece em evidência da mesma forma.

Como resposta à problemática destacada no referido trabalho, as jornalistas entrevistadas corroboraram de forma íntegra na transcrição do processo que resultaram no acolhimento, mesmo que involuntário e desconexo, das empresas esportivas brasileiras. Sobretudo, ao contrário dos homens, as mulheres precisam mostrar repetidas vezes que seus estudos são reflexos de sua desenvoltura exposta na cobertura de eventos futebolístico e por se tratar de um ambiente moldado para agradar os homens, estas personagens são sexualizadas e rebaixadas bem como nos primórdios de sua existência. Suas vestimentas são criticadas, seus corpos cobiçados, sua capacidade intelectual questionada rotineiramente e os assédios sexuais e morais são marcas que se perpetuam ao longo das lutas dessas mulheres no jornalismo esportivo brasileiro.

Com a pesquisa em questão é possível concluir que as barreiras jamais serão quebradas enquanto a capacitação das mulheres forem destroçadas, colocando a mulher como degrau para a ascensão masculina. Nesse contexto, apesar das lutas em transparecer as desigualdades de tratamento no século XXI, ainda é simbólico o quanto as mulheres permanecem se colocando como protagonistas mesmo com as divergências sociais. De acordo com dados levantados pelo IBGE, em 2023, as mulheres recebem salário 22% menor em comparação com os homens, mas a discrepância só imerge em função dos ofícios de alto escalão. Em resumo, em posições de liderança, as mulheres recebem 34% a menos que os profissionais do gênero masculino mesmo desempenhando a mesma função. Nesse contexto, a reprodução da segregação social reflete no jornalismo esportivo, uma vez que muitos homens conseguem encontrar serventia salarial, enquanto a supremacia masculina coloca o sexo feminino em desvantagem financeira.

Apesar da crescente aparição de jornalistas cobrindo o futebol no Brasil, a dificuldade de permanência no ramo desencadeia uma alta desistência na sequência da carreira. Enquanto muitos homens conseguem narrar e cobrir jogos como repórteres, apresentadores e comentarista mesmo em idade avançada, as mulheres permanecem com prazo de validade para estamparem os canais televisivos. Dito isso, a validação de um estereótipo pensado para agradar os telespectadores masculinos coloca em xeque a falta de liberdade e aprofundamento para que outras jornalistas fora da curva possam ingressar no mercado de trabalho.

6 – REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABRAJI. **Abraji aponta que mulheres jornalistas foram vítimas de mais da metade das agressões no meio digital**. Não paginado. Disponível em:< <https://www.abraji.org.br/abraji-aponta-que-mulheres-jornalistas-foram-vitimas-de-mais-da-metade-das-agressoes-no-meio-digital>> Data de acesso: 21 de set. 2023.

ALBUQUERQUE, Rayanne; MESQUITA, Giovana; VELOSO, Ana. **A reprodução da divisão sexual de trabalho nos grupos de mídia: Breve análise da situação profissional das mulheres no jornalismo**. Revista Latino-Americana de Jornalismo. Ano 6, Vol. 6, Nº 2. João Pessoa, 2019, p. 133-159.

ALMEIDA, M. A. B.; De ROSE, D. **Fenômeno esporte: relações com a qualidade de vida**. In: VILARTA, R.; GUTIERREZ, G. L.; MONTEIRO, M. I. *Qualidade de vida: evolução dos conceitos e práticas no século XXI*. Campinas: IPES, 2010, p. 11-17.

ARAÚJO, Charlene. Entrevista concedida à Iara Alencar da Silva. Maceió, julho, 2023.

ARAÚJO, E. A.; VENTURA, M. S. **Mulheres no jornalismo esportivo brasileiro: um análise da atuação profissional sob o olhar do mercado de trabalho**. São Paulo, 2018, p.5-19.

ARGUEDA, A.S.; EDDY, K.; MUKHERJEE, M.; NIELSEN, R.K. **Women and Leadership in the News Media 2023: Evidence from 12 Markets**. Reuters Institute. March, 2013, p. 01-08.

AZEVEDO, Marcella. Entrevista concedida à Iara Alencar da Silva, setembro, 2022.

BERNARDI, Guilherme; TERTO, Felipe. **Indústria cultural, BBB e a crise da sociedade do trabalho**. Anais do VI Simpósio Internacional Lutas Sociais na América Latina, 2021, p. 858-867.

BETTI, Mauro. **A janela de vidro: esporte, televisão e educação física**. Papyrus Editora. 1998, p. 33-40.

BOLAÑO, C. **Indústria cultural: informação e capitalismo**. São Paulo: Hucitec/Pólis, 2000.

CARLOTO, C. M. **Gênero, reestruturação produtiva e trabalho feminino**. Serviço Social em Revista, Londrina, v. 4, n. 2, jan./jun. 2002. Não paginado. Disponível em:www.ssrevista.uel.br/c_v4n2_carlotto.htm> Acesso em: 25 jul. 2023.

CASTELLANI, Lino. **Esporte e Mulher**. Motrivivência , v. I, p. 7-10, 1988.

COELHO, Claudio N. P. Indústria cultural, entretenimento e cultura do narcisismo: a questão do controle social terapêutico. *Líbero*, ano X, n. 19, 2007, p. 29-39.

COSTA, Viviane; LEITE, Marco; RICHARTZ, Terezinha. **Mulheres no jornalismo esportivo: luta por espaço e equidade de gênero**. V SIMGETI. Minas Gerais, 2019.

COTRIM, Gilberto; FERNANDES, Mirna. **Filosofar**. São Paulo: Editora Saraiva, 2010, p. 345-353.

DUARTE, Constância Lima. **Imprensa feminina e feminista no Brasil: nos primórdios da emancipação**. Belo Horizonte. Autêntica, 2016, p. 96-105.

FOUCAULT, M. **O sujeito e o poder**. In: DREYFUS, H.; RABINOW, P. (Org.). Michel Foucault, uma trajetória filosófica: para além do estruturalismo e da hermenêutica. Rio de Janeiro: Forense/Universitária, 1995, p. 231-249.

GARES, Débora. Entrevista concedida à Iara Alencar da Silva, março, 2023.

HOLZMANN, Lorena . **Notas sobre as condições da mão-de-obra feminina frente às inovações tecnológicas**. Sociologias (UFRGS) , Porto Alegre, v. 2, n.4, p. 258-272, 2000.

IBGE. **IBGE: De 2010 a 2022, população brasileira cresce 6,5% e chega a 203,1 milhões**. Disponível em: <<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/37237-de-2010-a-2022-populacao-brasileira-cresce-6-5-e-chega-a-203-1-milhoes>>. Acesso em: 26 de ago. de 2023.

IBGE. **IBGE: Panorama do Censo 2022, 2022. Página Inicial**. Disponível em: <https://censo2022.ibge.gov.br/panorama/?utm_source=ibge&utm_medium=home&utm_campaign=portal>. Acesso em: 27 de fev. de 2024.

KAUR, R. **O que o sol faz com as flores**. Trad. Ana Guadalupe. São Paulo: Planeta do Brasil, 2018.

MAGALHÃES, B.; RAMIRES, L. **Mulher, telejornalismo e estereótipos: classe social, gênero e raça**. Revista Leitura, [S. l.], n. 69, p. 279–294, 2021.

MARIANO, Luciana. Entrevista concedida à Iara Alencar da Silva, outubro, 2022.

MICHEL, Margareth de Oliveira; SOARES, César. **As mulheres no Jornalismo Esportivo no Rio Grande do Sul**. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Curitiba, PR – 4 a 7 de setembro de 2009. 16p. Universidade Católica de Pelotas, UNIPEL. Ano 2009.

MICK, Jacques. **A precarização e o trabalho dos jornalistas brasileiros**. Artigo apresentado no 11º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor), realizado em Brasília (DF), em novembro de 2013.

MICK, J., LIMA, S. **Perfil do jornalista brasileiro - Características demográficas, políticas e do trabalho jornalístico em 2012**. Disponível em: <<http://perfildojornalista.ufsc.br>>. Acesso em: 02 ago. 2023.

NASCIMENTO, S.D. **Precarização do trabalho feminino: a realidade das mulheres no mundo do trabalho**. Revista Políticas Públicas, Maranhã, 2016, p. 339-346.

OLIVEIRA, Janaína Cruz de; CASTRO, Rondon de. **O Discurso da mulher nos primórdios do jornalismo feminino**. Intercom. 2006. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/R0115-1.pdf>>. Acesso em 05. Abril, 2021.

PACHECO, L.T.; SILVA, S.R. **Mulheres e jornalismo esportivo: possibilidades e limitações em um campo masculino**. Revista: Estudos Feministas, Florianópolis, 2020, pg. 1-14.

PEREIRA, B. O. ; ORDONHES, M. T. ; SILVA, C. G. ; GIANATTI, B. G. **O esporte e a indústria cultural: a espetacularização e mercantilização do esporte na sociedade líquido- moderna**. Revista da Alesde, p. 1-10, 2017.

PETINELLI, Marina Vieira. **Mulher, jornalismo e futebol: A desigualdade e a luta de jornalistas que atuam no meio futebolístico**. Universidade do Sul de Santa Catarina, 2018.

RAMIRES, Lúcia. **Cartão Vermelho para a violência contra a mulher no futebol**. Ludopédio, São Paulo, v. 155, n. 11, 2022.

RAMIRES, Lúcia. **Mulheres jornalistas esportivas e mercado de trabalho: quem (não) as deixa trabalhar?**. Revista Katalysis , v. 23, p. 501-509, 2020.

RIBEIRO, J. H. **Jornalistas: 1937 a 1997: história da imprensa de São Paulo vista pelos que batalham laudas (terminais), câmeras e microfones**. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado, 1998.

ROCHA, Paula Melani. **A Profissionalização no Jornalismo e o mercado de trabalho para mulheres no Estado de São Paulo**. Revista Jurídica Eletrônica UNICOC, número 02, outubro de 2005.

RODRIGUES, L. V. **A representação da mulher na imprensa feminina**. Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 28. Rio de Janeiro, 2005, p. 1-8.

SAFFIOTI, Heleieth. **Gênero, patriarcado, violência**. 1ª ed. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2004.

SAFFIOTI, Heleieth. **O poder do macho**. São Paulo: Moderna, 1987, p. 1-15.

SIGOLI, M.; ROSE, D. **A história do uso político do esporte**. Revista brasileira de ciência e movimento. Volume.12, Nº 2 Brasília, 2004, p. 111-119.

SILVEIRA, Nathália Ely. **Jornalismo Esportivo: conceitos e práticas**. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2009.

THOME, Candy Florencio. **O princípio da igualdade em gênero e participação das mulheres nas organizações sindicais de trabalhadores**. São Paulo, 2012, pg. 129-135.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA. **O perfil do jornalista brasileiro 2021**. Disponível em: <<https://perfildojornalista.ufsc.br/resultados-da-pesquisa-de-2021/>>.

Acesso em 29 de set. de 2023.

VELOSO, Ana Maria da Conceição. **Gênero, Poder e Resistência: As mulheres nas indústrias culturais em 11 países**. Recife, Brasil, 2013.