
Performance e Espetáculo no Futebol: Semelhanças e Diferenças na Estrutura Midiática da Modalidade Praticada por Mulheres e Homens no Palmeiras¹

Érika Alfaro de ARAÚJO²
Mauro de Souza VENTURA³
Universidade Estadual Paulista, Bauru, SP

RESUMO

Se a equipe masculina de futebol do Palmeiras possui uma história centenária, a feminina surgiu em 1997 e foi retomada em 2019 em uma parceria com a prefeitura de Vinhedo. Diante desse cenário, o presente artigo buscou analisar e discutir quais estruturas físicas e midiáticas são oferecidas aos grupos mantidos pelo clube, além de estudar como os conceitos de esporte performance e espetáculo se relacionam com a modalidade praticada por homens e mulheres. Para isso, foi selecionado o período de um mês de notícias veiculadas no Site Oficial do Palmeiras e adotada como metodologia a Análise de Conteúdo. Levando em conta o contexto histórico e atual de desenvolvimento do futebol feminino no Brasil e a questão de gênero que permeia o campo esportivo, um corpus de 116 publicações foi capaz de oferecer um panorama que aponta para a predominância das pautas masculinas na mídia oficial do clube.

PALAVRAS-CHAVE: espetáculo esportivo; futebol feminino; midiaticização; notícias; Palmeiras.

INTRODUÇÃO

A história do futebol enquanto modalidade esportiva organizada, regada e institucionalizada nos remete à segunda metade do século XIX na Inglaterra, a partir de onde se espalhou e se popularizou pelo mundo. Conforme indica Damo (2016, p. 7), valores proeminentes da burguesia na época da modernidade tardia, “como o estímulo à competição, o culto ao mérito e o respeito às regras foram disseminados durante a fase de diáspora esportiva e encontram-se consolidados nos esportes contemporâneos, em particular naqueles destinados ao espetáculo”, como é o caso do futebol.

Desde então, do momento em que o esporte e o futebol codificados foram difundidos para os mais variados locais, as investigações sociológicas, históricas e acadêmicas no geral analisaram um cenário de desenvolvimento que conta com diversas

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e Esporte, XX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001.

² Jornalista e mestranda no programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” – UNESP, campus Bauru – SP, Brasil. E-mail: erikaalfaro@gmail.com.

³ Jornalista, Livre-docente em Jornalismo e professor do Departamento de Comunicação Social e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Estadual Paulista (UNESP), e-mail: mauroventura@faac.unesp.br.

e distintas manifestações. Isso porque, como sugere Pierre Bourdieu (1983, p. 2), “o sistema de instituições e de agentes vinculados ao esporte tende a funcionar como um campo”, o qual possui uma “história relativamente autônoma que, mesmo estando articulada com os grandes acontecimentos da história econômica e política, tem seu próprio tempo, suas próprias crises, em suma, sua cronologia específica”. Nesse sentido, Dunning (1985, p. 302) propõe que “desportos e jogos são organizados e controlados, bem como observados e praticados, enquanto configurações sociais”. Sendo assim, o esporte, especificamente o futebol, está inserido em um contexto social, o qual possui papel significativo em sua configuração, mas sua análise também deve levar em conta suas próprias lógicas internas enquanto um campo específico.

Partindo desse pressuposto, pode-se pensar que, apesar das lutas feministas por direitos, como a inserção no mercado de trabalho, nos remeterem a séculos passados, e os questionamentos das desigualdades de gênero no campo esportivo não serem atuais, quando o assunto é a prática profissional de futebol por mulheres, no Brasil, pode-se dizer que esse processo é recente, isto é, encontra-se em desenvolvimento no século XXI. Por isso, Kessler (2016, p. 21) questiona a existência de “futebol ou futebóis”, no “plural ou singular”: o futebol masculino “espetacularizado e milionário” estabelecido como “padrão universal” se aplica a uma pequena parcela de indivíduos, e não equivale ao futebol de outros praticantes, como as mulheres.

Dessa forma, para analisar essa relação entre os “futebóis” existentes no país, a (re)construção do futebol feminino no Brasil e os conceitos teóricos acerca das manifestações do esporte enquanto competição e espetáculo, os quais têm como elemento decisivo a mídia, selecionamos como objeto os times feminino e masculino da Sociedade Esportiva Palmeiras. Com isso, a partir do aporte metodológico da Análise de Conteúdo aplicada a um período de um mês de postagens do Site Oficial do clube, objetivamos discutir as possíveis semelhanças e diferenças da prática dessa modalidade por homens e mulheres em uma mesma instituição, tanto do ponto de vista teórico – ou seja, a partir dos conceitos de performance e espetáculo no esporte – quanto do aspecto estrutural e midiático observados por meio do recorte proposto.

REFERENCIAL TEÓRICO

Para dar início a este estudo, que trata das possíveis perspectivas presentes na forma como o futebol feminino e o masculino são mantidos por um clube brasileiro, propomos

a retomada de algumas concepções teóricas sobre o esporte. Afinal, se o esporte é um campo historicamente dominado por agentes masculinos, é importante entender de que forma ele foi tratado e se desenvolveu nas investigações científicas para verificarmos se as visões dos autores também se aplicam – ou de que forma se diferenciam – aos agentes femininos. Ou seja, se investigações teóricas, que se fundamentaram em contextos de dominação masculina, também podem ser aplicadas em análises com o olhar voltado ao feminino.

De acordo com Tubino (1999, p. 26), o esporte pode ser compreendido por meio de três manifestações, as quais representam suas dimensões sociais: o esporte-educação, o esporte-participação e o esporte-performance. Para o autor, a primeira manifestação “deve ser mais um processo educativo na formação dos jovens, uma preparação para o exercício da cidadania, (...) um caráter formativo” (TUBINO, 1999, p. 27). O segundo âmbito, que também pode ser chamado de esporte popular, tem como base, conforme Tubino, o lúdico, o lazer e a “utilização construtiva do tempo livre”, com foco no bem-estar dos participantes. Por último, temos o esporte-performance ou de rendimento, que, segundo elabora o autor, muitos chamam de esporte de alto nível ou alta competição:

“O esporte de rendimento é disputado obedecendo rigidamente às regras e aos códigos existentes, específicos de cada modalidade esportiva. Por isso é considerado um tipo de esporte institucionalizado, do qual fazem parte federações internacionais e nacionais que organizam as competições no mundo todo” (TUBINO, 1999, p. 28).

A partir da diferenciação dos três âmbitos esportivos apresentados pelo autor, é possível apontar que é no cenário da performance ou do rendimento que o esporte estabelece uma relação fundamental com a mídia, ideia apresentada e reforçada por Tubino (1999, p. 29) com noção de que “a preferência pelo espetáculo esportivo é uma das características mais visíveis do esporte de rendimento”.

Dessa forma, também podemos recorrer à Umberto Eco (1984) para ampliar essa investigação, uma vez que o autor propõe as ideias de esporte em primeira pessoa (praticado por quem joga), esporte elevado ao quadrado (jogo enquanto espetáculo para os outros, o espetáculo esportivo), esporte elevado ao cubo (discurso sobre o esporte enquanto assistido, discurso da imprensa esportiva) e esporte elevado à enésima potência (discurso sobre a imprensa esportiva ou da imprensa sobre ela mesma).

Sendo assim, é possível relacionar o que Tubino chama de esporte-performance com o que o Eco sugere como esporte elevado ao quadrado ou espetáculo esportivo, tendo

em vista que a competição e o alto rendimento, em nossa sociedade, apresentam-se como atrativos do espetáculo, elementos que chamam a atenção do público que assiste a uma disputa esportiva. A respeito dessa relação, em que o esporte é orientado aos resultados por conta da competição/rivalidade e o espetáculo tem como componente aqueles que assistem, Eric Dunning (1985) discorre:

(...) “as pressões recíprocas e os controles que atuam nas sociedades urbanas industriais reproduzem-se, geralmente, na esfera do desporto. Em resultado disso, os desportistas de alto nível, homens e mulheres, não podem ser independentes e jogar por divertimento, sendo obrigados a dirigirem-se para os outros e a participar nos desportos com seriedade. Isto é, não podem jogar para si próprios, sendo forçados a representar unidades sociais mais vastas, como cidades, distritos e países. Como tal, fornecem-lhes material e, ou também, recompensas de prestígio, facilidades e tempo para o treino. Em contrapartida, espera-se que realizem uma atuação-desportiva, isto é, o tipo de satisfações que os dirigentes e os consumidores do desporto exigem, nomeadamente o espetáculo de um confronto excitante que as pessoas se dispõem a pagar para assistir ou a validação, através da vitória, da imagem e da reputação da unidade social com a qual se identificam esses dirigentes e consumidores” (DUNNING, 1985, p. 321)

Pierre Bourdieu (1997), em tom de crítica, aborda a forma como o espetáculo televisivo é capaz de influenciar os Jogos Olímpicos e reforçar a noção de disputa entre as nações. Em meio aos apontamentos do sociólogo francês sobre as Olimpíadas⁴, podemos identificar alguns exemplos de fatores que fazem parte do processo de espetacularização do esporte, tais como: a presença de marcas anunciantes e o valor monetário que envolve o patrocínio – Bourdieu (1997, p.125) cita que o Comitê Olímpico Internacional (COI) foi “progressivamente convertido em uma grande empresa comercial com orçamento anual de 20 milhões de dólares, dominado por uma pequena cartilha de dirigentes esportivos e de representantes das grandes marcas industriais” –, a venda dos direitos de transmissão e a concorrência pela associação com os produtos das competições (“fornecedores oficiais”).

Transpondo tais conceitos e contextos para o futebol, estabelecemos a conexão entre a competição e o espetáculo para entender de que maneira a modalidade, em um contexto masculino, tornou-se popular no Brasil. De acordo com Elias (1985, p. 187), na segunda metade do século XIX e primeira do século XX, muitos esportes que tiveram origem na Inglaterra propagaram-se pelo mundo. Mas nenhum foi adotado e absorvido “pelos outros países com tanta intensidade e, em muitos casos, com tanta rapidez, como

⁴ Vale ressaltar que o período histórico que marca a crítica de Bourdieu é a Olimpíada de Barcelona, em 1992.

se deles fizessem parte, como o futebol. Nem gozaram de tanta popularidade” (ELIAS, 1985, p. 187). Nesse sentido, as disputas futebolísticas ganharam espaço no jornalismo esportivo – primeiro, enfrentaram dificuldades e preconceitos nos jornais impressos, mas contaram com o rádio e a televisão na ascensão para essa popularidade midiática⁵ –, que se consolidou também no país com a contribuição da popularidade do futebol.

Desde então, as competições de futebol como conhecemos se tornaram fenômenos midiáticos e de público. No entanto, todo esse panorama teórico traçado até aqui pelos autores representa um cenário em que o esporte, especialmente o futebol, era praticado por homens. Pierre Bourdieu (2004, p. 208-209), embora não tratasse da questão de gênero especificamente, sugere que “é preciso relacionar esse espaço de esportes como o espaço social que se manifesta nele”, além de discorrer a respeito do “espaço das práticas esportivas” e “espaços das posições sociais”. Sendo assim, deve-se fazer a ressalva de que o futebol/esporte estudado pelos autores levou em conta espaços sociais ocupados pelos homens, tendo em vista que, para as mulheres, a prática esportiva se desenvolveu de maneira distinta, buscando superar barreiras como argumentos médicos que colocavam o futebol como um risco à saúde feminina ou como um espetáculo grotesco. As posições sociais ocupadas pelas mulheres eram, em sua maioria, de esposas, mães, donas de casa ou, fora do âmbito doméstico, em instâncias ligadas a essas tarefas ou outras ocupações consideradas “femininas”. De acordo com Miragaya (2002, p. 2), “crenças tradicionais sempre prescreveram que o cansaço físico e a competição eram contrários à natureza da mulher”. No entanto, o avanço do tempo, a expansão de discussões feministas, “as mudanças sociais provocadas pelo desenvolvimento das sociedades modernas, urbanas e industrializadas fizeram com que as mulheres, além de ocupar expressivo lugar no mercado de trabalho, pudessem dedicar-se a outros interesses afora da maternidade” (MOURÃO, 2003, p. 124-25) – dentre eles, o esporte-educação, o esporte-participação e o esporte-performance. Ou seja, atividades como a prática esportiva (e do futebol) tornaram-se possibilidades junto do questionamento do lugar da mulher na sociedade.

⁵ COELHO, Paulo Vinícius. *Jornalismo Esportivo*. 1 ed. São Paulo, SP: Contexto, 2003; RIBEIRO, André. *Os Donos do Espectáculo: histórias da imprensa esportiva do Brasil*. 1. ed. São Paulo: Editora Terceiro Nome, 2007; SOARES, Edileuza. *A bola no ar: o rádio esportivo em São Paulo*. São Paulo: Summus Editorial, 1994 são referências que ajudam a traçar essa linha do tempo entre jornal, rádio e televisão no que diz respeito ao jornalismo esportivo e sua relação com o futebol.

No entanto, a ocupação desses espaços e o desafio às tradições patriarcais causaram reações nas sociedades. Um dos episódios ilustrativos da privação da relação feminina com o futebol no Brasil foi a legislação que proibia as mulheres de praticarem alguns esportes – dentre eles, o futebol. Durante o governo de Getúlio Vargas, o Estado Novo (1937-1945), uma regulamentação do esporte foi realizada: “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 (CND) baixar as necessárias instruções às entidades desportivas do país”, conforme o decreto de lei 3.199, de 14 de abril de 1941. Em 1965, o CND ainda deliberou regulamentações para mulheres em entidades esportivas: “não é permitida a prática de lutas de qualquer natureza, futebol, futebol de salão, futebol de praia, polo-aquático, pólo, rugby, hanterofilismo e baseball”, conforme a deliberação número 7 de 1965. Tais regulamentações foram revogadas em 1979.

Desde então, a superação dos anos da proibição governamental e dos séculos da negação social é a busca das mulheres que desejam jogar futebol, principalmente profissional, no país pentacampeão mundial na categoria masculina. Um estudo da Federação Internacional de Futebol (Fifa) divulgado no ano de 2019, 40 anos depois da revogação do decreto-lei, revela que o Brasil se encontra nos estágios iniciais do processo de desenvolvimento estrutural do futebol feminino. No relatório intitulado *Women's football – Member Associations Survey Report 2019*, a Fifa relatou que, enquanto nos Estados Unidos, tetracampeão em Copas do Mundo Femininas, têm 9,5 milhões de mulheres jogando futebol, o Brasil possui 15 mil – menos também que países vizinhos, como a Argentina, onde o número é de 27 mil. O número de jogadoras adultas registradas é de 2.974; nas categorias de base, são 475 jogadoras abaixo dos 18 anos. Nos EUA, são 80 mil e 1,5 milhão, respectivamente.

Embora os números e o cenário que os mesmos revelam sejam negativos, no ano de 2019, alguns eventos marcantes deram maior visibilidade ao futebol feminino. Por exemplo: a Copa do Mundo organizada pela Fifa – que, pela primeira vez, foi transmitida em televisão aberta pela Rede Globo; a transmissão pela Bandeirantes do Campeonato Brasileiro – organizado em duas divisões; a obrigatoriedade do cumprimento da resolução da Confederação Sul-Americana de Futebol (Conmebol), que colocou como exigência de seu estatuto e regulamento de clubes, publicado em 2016, a manutenção de time feminino – com isso, apenas os clubes que se adequassem poderiam disputar a Libertadores da América e a Copa Sul-Americana em 2019; e a determinação acompanhada pelo

Licenciamento de Clubes da Confederação Brasileira de Futebol, em que a CBF definiu como obrigatória a existência de equipes femininas adultas e de base para os clubes da série A do Campeonato Brasileiro 2019.

Com isso, é possível distinguir o cenário de estudos em que se leva em conta o futebol praticado por homens ou por mulheres no país, uma vez que, mesmo se tratando da mesma modalidade, as circunstâncias do desenvolvimento do esporte para ambos os gêneros foram distintas, tendo em vista as desigualdades que permeiam as relações de gênero na sociedade brasileira.

Por isso, o presente artigo selecionou o Palmeiras, um time brasileiro em que homens e mulheres jogam futebol – o feminino, em um momento de implantação –, para uma análise midiática (relacionada ao espetáculo) e estrutural (relacionada à performance) do clube.

OBJETO

Para estudar a forma como o futebol é praticado na Sociedade Esportiva Palmeiras, clube da capital paulista, os objetos selecionados foram os times feminino e masculino relacionados à modalidade mantidos pela instituição.

Fundado em 1914 por imigrantes italianos na cidade de São Paulo, o Palmeiras tem uma história consolidada no contexto nacional no que diz respeito ao futebol masculino. Em 105 anos, acumulou diversos títulos nacionais e internacionais, tais como a Taça Libertadores da América (1999) e o Campeonato Brasileiro (1960, 1967, Torneio Roberto Gomes Pedrosa, 1967 Taça Brasil, 1969, 1972, 1973, 1993, 1994, 2016 e 2018).

Além das conquistas no futebol, um dos símbolos do crescimento e da estrutura que Palmeiras oferece aos jogadores é o local onde recebe seus jogos, que, de estádio Palestra Itália/Parque Antártica, passou a uma arena multiuso nomeada Allianz Parque, espaço reinaugurado em 2014 após um período fechado para reformas. Conforme divulgado pelo site oficial da arena, trata-se de um local “com 42.000 lugares cobertos, que conta com anfiteatro para até 18.000 pessoas, centro de convenções, 160 camarotes e 6 *lounges*”. Outro indicativo da estrutura física e profissional destinada à equipe masculina é o centro de treinamento, chamado de Academia de Futebol 1, onde os atletas treinam diariamente e, segundo o Site Oficial do Palmeiras, contam com “salas de musculação, hidromassagem e estética, piscinas, fisioterapia, fisiologia, nutrição, enfermagem e consultórios médico e dentário”.

Sendo assim, é possível afirmar que a Sociedade Esportiva Palmeiras, quando consideramos um panorama histórico em que o futebol se constituiu como um espaço notadamente masculino, é um dos maiores clubes do Brasil em termos de estrutura oferecida à modalidade, competitividade e conquistas.

Já quando o assunto é futebol feminino, a trajetória do Palmeiras é bem mais recente. O futebol de campo praticado por mulheres teve início no clube em 1997, mas de uma forma diferente: parcerias com prefeituras de cidades do Estado de São Paulo foram firmadas para que os municípios pudessem receber as atletas palestrinas. Em 2005 e 2006, o acordo foi estabelecido com São Bernardo do Campo, em 2008, Salto e 2012 com Bauru, última vez em que a instituição teve um projeto de futebol feminino até fevereiro de 2019, quando apresentou a proposta de um Departamento Feminino de Futebol. Esse anúncio foi feito no já citado contexto no qual Comebol e CBF impuseram obrigações aos clubes. Da mesma forma como procedeu em outras oportunidades, para 2019, o Palmeiras estabeleceu uma parceria com a prefeitura de Vinhedo, município que fica a 75 quilômetros da capital paulista, onde as atletas treinam e jogam. A “casa” do Palestra no município é o Estádio Nelo Bracalente. Enquanto manteve suas equipes femininas, os resultados mais expressivos do clube foram o título do Campeonato Paulista de 2001, a Copa Paulista em 2019 e um vice-campeonato brasileiro no ano 2000.

OBJETIVOS E METODOLOGIA

Com foco nos aspectos midiáticos, e levando em conta as questões estruturais, de forma geral, o objetivo do presente artigo é compreender de que maneira os conceitos de performance e espetáculo referentes ao esporte se relacionam à forma como o futebol é praticado na Sociedade Esportiva Palmeiras, tanto por homens quanto por mulheres.

Se o clube é um dos maiores do país e tem uma história centenária no futebol masculino, no feminino, apresentou, em 2019 (um fato recente), um projeto para o time (Departamento Feminino de Futebol). Diante desse cenário, buscaremos discutir como as duas equipes são tratadas em termos de estruturas futebolísticas e midiáticas pelo próprio clube neste momento de retomada do time das mulheres. Desse modo, levando em conta os contextos histórico e contemporâneo nacional do desenvolvimento do futebol feminino, o fenômeno midiático que se tornou o futebol masculino e o referencial teórico selecionado, a análise se desenvolverá também sob a luz da questão de gênero.

Para isso, com o aporte metodológico da Análise de Conteúdo de Bardin (2011), selecionamos o intervalo de um mês (1 a 31 de agosto) de notícias publicadas pelo Site Oficial do Palmeiras (*Palmeiras.com.br*) a respeito do futebol de homens e mulheres. A escolha do período se deveu ao fato de que as duas equipes disputavam, simultaneamente, dois campeonatos – o time masculino, a Libertadores da América e o Campeonato Brasileiro da série A, já o feminino, o Campeonato Paulista e a série A2 do Campeonato Brasileiro –, o que poderia aumentar o fluxo de notícias e tornar o material adequado para os propósitos da pesquisa. A escolha das notícias do Site Oficial pode nos mostrar de que forma o Departamento de Comunicação do clube acessa a linguagem jornalística para produzir pautas levando em conta critérios de midiatização dos fatos envolvendo homens e mulheres que jogam futebol no Palmeiras.

A Análise de Conteúdo, segundo Bardin (2011), “é um conjunto de análises das comunicações”, e não se trata de um instrumento, mas de um leque de apetrechos. “Ou, com mais rigor, será um único instrumento, mas marcado por uma grande disparidade de formas e adaptável a um campo de aplicação muito vasto: as comunicações” (BARDIN, 2011, p. 37). Por meio desse instrumento metodológico, que possui aspectos particulares e oferece diversas possibilidades ao analista, será possível recorrer às abordagens quantitativa e qualitativa com relação aos elementos da mensagem, os quais permitem inferências de caráter crítico e interpretações, o que nos leva além de uma leitura convencional ao atingir um novo aspecto de significação de uma mensagem.

Com isso, nos 31 dias analisados, foi possível construir um *corpus* de 116 notícias, organizadas pelas categorias título (demonstrando o assunto principal da notícia), data (para delimitar o período da amostra), seção do site em que foi postada (de que forma se dá a organização interna do site) e a relação com o futebol feminino ou masculino (para estabelecer a separação por gênero). Dessa forma, para a Análise de Conteúdo, na exploração do material, foi realizada a descrição analítica do objeto. Com isso, seguiremos para o que Bardin (2011, p. 44) chama de “inferência”, que “recorre a marcadores (quantitativos ou não)” e para a interpretação do conteúdo. Para a autora:

Se a descrição (a enumeração das características do texto, resumida após tratamento) é a primeira etapa necessária e se a interpretação (a significação concedida a estas características) é a última fase, a inferência é o procedimento intermediário, que vem a permitir a passagem, explícita e controlada, de uma a outra (BARDIN, 2011, p.45).

Dessa forma, após o levantamento das postagens do Site Oficial do Palmeiras e sua organização em categorias, apresentadas de forma resumida a seguir, análises quantitativas e qualitativas são capazes de oferecer interpretações condizentes com o objetivo de entender a forma como os times masculino e feminino do Palmeiras se relacionam com as estruturas do clube e a utilização da mídia oficial.

Tabela 1 – Resumo das informações coletadas

Corpus (total de notícias analisadas)	Data	Seção do site	Futebol feminino ou masculino
116 notícias relacionadas ao futebol do Palmeiras	1 a 31 de agosto (31 dias)	12 em Esportes 104 em Futebol	12 Feminino 103 Masculino 01 Não especificado

Fonte: Elaborada pela autora, 2020.

ANÁLISES: A PREDOMINÂNCIA MASCULINA NA MÍDIA OFICIAL DO PALMEIRAS

Levando em conta as informações coletadas a respeito do objeto, iniciaremos a análise apontando para elementos quantitativos, que demonstram a predominância das notícias dos times masculinos com relação ao feminino. Isso porque, em 31 dias de dados coletados, foram 116 postagens relacionadas ao futebol do Palmeiras. Destas, 12 diziam respeito às atletas e ao time das mulheres, e 103 aos atletas e aos times masculinos. Para completar, temos uma notícia sobre o aniversário do clube em que nenhum dos times é citado, mas a notícia é publicada na seção “futebol” (o título da notícia era “Palmeiras comemora aniversário com diversas atividades no clube social”). Com isso, pode-se dizer que 10,3% das notícias veiculadas pelo Departamento de Comunicação do Palmeiras em sua mídia oficial têm como foco a equipe feminina, enquanto 88,8% tratam do futebol masculino e 0,9% não faz referência a nenhum dos dois.

As postagens que incluem os times masculinos – no plural, já que as categorias de base estão na amostra (49 notícias se tratam do time principal) – são, evidentemente, diárias. Não há uma data nos 31 dias de agosto na qual a seção “futebol” não tenha sido movimentada: a média é de 3,3 postagens por dia no masculino e 0,4 no feminino.

Além disso, para a análise qualitativa, é necessário ressaltar que as notícias do Site Oficial do Palmeiras são divididas em seções/categorias. São elas: Avanti (informações interessantes aos sócio-torcedores), Clube (conteúdo a respeito das instalações e atividades do clube), Marketing (espaço para a divulgação de ações de marketing),

Futebol (setor dedicado a notícias do futebol masculino, tanto principal quanto de base) e Esportes (que inclui o futebol feminino e outras modalidades, como hóquei, tiro com arco, basquete, entre outros). Dessa forma, é importante observar que, no site, o futebol feminino de campo, cujas características e regras são as mesmas do esporte disputado pelos homens, é colocado em uma categoria separada do “futebol”, sendo inserida ao lado de modalidades secundárias para o clube.

Ademais, observou-se que o Site do Palmeiras possui diversas páginas/seções com conteúdo histórico, destacando títulos, atletas, técnicos, presidentes, uniformes; informações atualizadas sobre a programação semanal (como treinos abertos para a imprensa) e o elenco profissional (jogadores atuais e lista de emprestados), classificação em campeonatos; e até mesmo espaço de interatividade com o torcedor, como papéis de parede (para tela de fundo do computador) disponíveis para baixar. Em uma navegação exploratória, é possível concluir que, com exceção a página de títulos que apresenta um tópico destinado ao time feminino, as demais se relacionam apenas ao futebol masculino, demonstrando a não inclusão das jogadoras e do time feminino no processo de midiaticização da memória e das personalidades relacionadas ao Palmeiras.

A variedade de temas encontrados nas notícias do time masculino também é notável: entrevistas de jogadores; coletivas de imprensa; informações, curiosidades e histórico de confrontos; análises das atuações; anúncio de reforços; venda de ingressos; conteúdos históricos; entre outros. Alguns exemplos de títulos de notícia são: “Vitor Hugo celebra retorno e valoriza passagem pela Itália: ‘Eu evoluí muito’”; “Henrique Dourado recorda passagem de 2014 e elogia atual estrutura do Verdão”; “Gildo, autor do gol mais rápido da história do Palmeiras, morre aos 79 anos em SP”; “Corinthians x Palmeiras: informações, curiosidades e histórico do confronto”; “Felipão analisa empate no clássico e cita evolução do Palmeiras”; “Felipe Melo atribui gols de cabeça aos ensinamentos do pai: ‘Ele me ajudou muito’”; “Com Luiz Adriano em campo, Verdão se reapresenta na Academia de Futebol”; “28 mil ingressos vendidos para jogo contra Bahia pelo Campeonato Brasileiro”; “Dudu iguala Ademir da Guia em gols no Brasileiro e supera Paulo Nunes no geral”; “Grêmio x Palmeiras: venda de ingressos para jogo em Porto Alegre pelo Brasileiro”; “Libertadores 20 anos: Filme produzido pelo Palmeiras é disponibilizado no YouTube”; “Felipão valoriza vitória em Porto Alegre, mas avisa: ‘Ainda não nos dá nada’”; “Ingressos esgotados para jogo contra Grêmio no Pacaembu

pela Libertadores”; “Quiz com Ídolo reúne Dudu e sócios-torcedores Avanti na Academia de Futebol”.

Já as notícias cujos temas são a equipe feminina se restringem ao anúncio do jogo (por exemplo: “Em Vinhedo, Palmeiras recebe São Paulo na estreia da 2ª fase do Paulista Feminino”) e à divulgação do resultado (como em “Palmeiras empata com o São Paulo na estreia da 2ª fase do Paulista Feminino”). Ou seja, o processo de midiaticização, em que os fatos/acontecimentos se transformam em notícias, é visto de forma distinta pelo clube, que publica um número limitado e um conteúdo restrito (a agenda de jogos e os resultados) de notícias sobre o time feminino. Com isso, tendemos a concluir que os critérios de noticiabilidade são distintos para cada um dos times diferenciados por gênero.

Levando em conta apenas o eixo da estrutura, trataremos, principalmente, os pontos estádio e espaço de treinamento – também pela falta de divulgação das demais estruturas envolvendo o time feminino. Isso porque, conforme explicitado, o Palmeiras possui uma das melhores e mais modernas estruturas físicas do país, com uma arena multiuso com capacidade para mais de 40 mil torcedores, o que caracteriza o potencial de um espetáculo grandioso, além do completo centro de treinamentos, ambos espaços que apenas o time masculino pode usufruir. Para o time feminino, o Estádio Municipal Nelo Bracalente, com capacidade para cerca de quatro mil pessoas, é o local de jogos e treinos. Por isso, o questionamento levantado seria: por que as mulheres do Palmeiras não podem utilizar os espaços de propriedade do clube, na cidade em que o mesmo se encontra? Dessa forma, entendemos que as ações do clube não direcionam esforços para que a relação entre torcedores e time feminino seja reforçada ou para que o espetáculo esportivo e performance das mulheres evolua: o Palmeiras apenas “cumpre tabela”, já que possui os recursos necessários e não os disponibiliza para a sua equipe de mulheres.

Com base nos dados coletados e nas informações levantadas, é possível afirmar que o time feminino não se revela como uma prioridade para o Palmeiras, que concentra os esforços midiáticos e estruturais nas equipes masculinas, segue uma tendência histórica em que o futebol praticado por homens é o foco para os clubes no Brasil e fica para trás em um cenário em que o futebol feminino se encontra em construção e desenvolvimento.

De acordo com Damo (2016, p. 9), a luta das mulheres ao longo do século XX diluiu muitos preconceitos, mas não todos. “No espectro esportivo, e em alguns esportes em particular, eles seguem tão vivos que por vezes tem-se a impressão de que são parte da natureza. Esse é o caso do futebol no Brasil” (DAMO, 2016, p. 9). Quando tratamos da

dominação masculina como se fosse “parte da natureza”, temos o que Pierre Bourdieu (2003, p.9) descreve como um longo trabalho coletivo de socialização do biológico e de biologização do social. Conforme elabora o sociólogo, esse processo produziu nos corpos e nas mentes a inversão da relação entre causas e efeitos, fazendo ver uma construção social naturalizada. Isto é, diante do cenário histórico descrito, em que atividades relacionadas ao esporte eram negadas ou proibidas às mulheres, o longo trabalho coletivo da construção do futebol, que inclui a formação dos clubes, os estudos acadêmicos e relação com a mídia, foi realizado com base na masculinidade, o que naturalizou essa associação entre o futebol e os agentes masculinos. A socialização do biológico, ou seja, o elemento biológico, ser fêmea ou ser macho, atribuído a papéis sociais excludentes pode ser percebido no contexto esportivo. Isso porque um discurso construído pela sociedade, que é o afastamento da mulher de assuntos esportivos, foi transformado em algo biológico e naturalizado, como se fosse natural a separação entre o feminino e o esportivo. Assim como a biologização do social, processo em que aspectos construídos socialmente são considerados naturais aos sexos, como se fossem biológicos.

Os preconceitos citados por Damo, embora não se revelem da mesma forma como no passado, ainda podem ser percebidos quando as notícias de um clube sobre sua própria equipe de futebol – modalidade de maior tradição em sua história – se restringem à divulgação minoritária e restrita a fatos como anúncio dos jogos e de resultados, sem demonstrar esforços para que o desenvolvimento da modalidade, historicamente rejeitada, seja realizado de forma ampla, contando com a relação com o público e com a mídia no geral.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após a construção de um panorama teórico, da apresentação dos objetos e da análise dos dados e das informações, é possível apontar para algumas considerações finais. Tendo em vista o objetivo de entender de que forma o futebol praticado por homens e mulheres no Palmeiras se relaciona com os conceitos de performance e espetáculo propostos por Tubino e Eco, conclui-se que a orientação aos resultados (à performance) é um elemento presente, em menor e maior grau, tanto no futebol de mulheres quanto no de homens no clube, já que as notícias de confrontos de ambos os times foram observadas.

No entanto, no futebol feminino, que ainda disputa campeonatos considerados amadores (como a competição estadual que ocorreu no período estudado), o “alto nível”

e “alta competição” esbarram em estruturas abaixo do nível estabelecido para o futebol dos homens, os quais têm a oportunidade de contar com um centro de treinamento moderno e repleto de profissionais capazes de oferecer assistência aos atletas – informações divulgadas nas mídias oficiais do clube como demonstração da boa estrutura do Palmeiras; mas, até mesmo a divulgação é restrita ao masculino.

Além disso, tendo em vista que a competitividade se revela como um atrativo do espetáculo, e o que o mesmo a incentiva, o futebol feminino do Palmeiras também fica para trás do masculino – não levando em conta questões históricas, já que a trajetória dos homens no Palmeiras é centenária e das mulheres começou em 1997 e contou com diversas interrupções, mas em termos de direcionamento de ações promovidas pelo clube atualmente. Isso porque, com um processo de midiaticização minoritária e limitada a dois tipos de pautas (jogos e resultados) no site oficial do clube (em 31 dias, foram 116 postagens relacionadas ao futebol do Palmeiras, das quais 12 diziam respeito às atletas e ao time das mulheres e 103 aos atletas e aos times masculinos), o incentivo a aspectos como a relação com o público/torcedores, a disponibilização de temas e informações para outras mídias/veículos de imprensa e a construção de uma identidade para as atletas é prejudicada. O empoderamento midiático, indicado pela quantidade de notícias e variedade de aspectos trabalhados, pode ser constatado com relação à equipe masculina.

Quando trata do tema “esporte de rendimento”, Tubino afirma

“O crescimento notável dos meios de comunicação de massa, a percepção das competições esportivas como espetáculo, a existência de um número considerável de ídolos esportivos e a certeza de que o esporte também pode vender com sucesso produtos e serviços fizeram com que os investidores voltassem suas atenções para os eventos esportivos. Hoje, atletas, equipes e competições são patrocinados por grandes empresas, espaços para propaganda nos locais de competição, uniformes e equipamentos são comercializados, e a mídia se ocupa cada vez mais da transmissão do noticiário e da divulgação das coisas do esporte. Essa integração com a mídia deu origem a um processo seletivo das modalidades, com base nas possibilidades de cada uma em termos de espetáculo” (TUBINO, 1999, p. 29)

Dessa forma, concluímos que o desenvolvimento dessa manifestação do esporte, tratando-se de futebol, corresponde ao futebol masculino no Brasil e também no Palmeiras. O clube incentiva a formação de ídolos em sua equipe masculina, por exemplo, com notícias que trazem essas figuras individualmente e seções do site que valorizam seus feitos. É preciso apontar que os cenários e contextos históricos em que os autores mencionados desenvolveram tais conceitos fazia referência ao campo esportivo

dominado por homens e que, em uma análise do futebol atual, observa-se que a dominação masculina continua sendo a regra, embora a tentativa feminina de adentrar o campo aconteça e avance com o tempo. No entanto, é necessário que a mobilização de clubes, como o Palmeiras, e demais agentes envolvidos, como a Confederação Brasileira de Futebol, contribua para que essa participação no campo aconteça.

Referências

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

BOURDIEU, Pierre. **Questões de sociologia**. Rio de Janeiro: Marco Zero. p. 136-153, 1983.

_____. **Sobre a Televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1997.

_____. **A Dominação Masculina**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003.

_____. **Coisas Ditas**. São Paulo: Brasiliense, 2004.

DAMO, Arlei Sander. Prefácio. In: KESSLER, Cláudia Samuel (Org.). **Mulheres na área: gênero, diversidade e inserções no futebol**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2016.

ECO, Umberto. **A falação esportiva**. In: Viagem na irrealidade cotidiana. 9.ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984. p.220-226.

ELIAS, Norbert e DUNNING, Eric. **A Busca da Excitação**. Lisboa: Difel, 1985.

MIRAGAYA, A. **A mulher olímpica: tradição versus inovação na busca pela inclusão**. Fórum Olímpico. Rio de Janeiro, 2002.

MOURÃO, Ludmila. Exclusão e inserção da mulher brasileira em atividades físicas esportivas. In: SIMÕES, Antonio Carlos. **Mulher & Esporte**. São Paulo: Manole, 2003.

TUBINO, Manoel. **O que é Esporte**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1999.

Fontes online

Allianz Parque, “Sobre a Arena - Mais que um estádio, uma revolução”. Disponível em: <<http://www.allianzparque.com.br/sobre-a-arena/>>. Acesso em 14 de novembro de 2019. s.d.

Palmeiras, "Academias". Disponível em <<http://www.palmeiras.com.br/futebol/academias>>. Acesso em 13 de novembro de 2019. c2019.

Women's football - Member Associations Survey Report 2019. Disponível em: <<https://img.fifa.com/image/upload/nq3ensohyxpuxovcovj0.pdf>>. Acesso em 26 de novembro de 2019.