

## **Futebolistas: Vídeo Documentário Sobre a Representação Da Mulher no Futebol<sup>1</sup>**

Thais TRAVENÇOLI<sup>2</sup>

Patricia CASTRO<sup>3</sup>

Hendryo ANDRÉ<sup>4</sup>

UniBrasil Centro Universitário, Curitiba, PR

### **RESUMO**

Este trabalho tem como objetivo criar uma reflexão a respeito da imagem da mulher no esporte, principalmente no futebol. Por meio de uma análise de conteúdo quantitativa este estudo pretende entender como a mulher é tratada na mídia esportiva. A partir desta pesquisa foi realizado um vídeo documentário na tentativa de expor a realidade do futebol feminino no Brasil. O principal objetivo deste trabalho é criar uma discussão sobre como a mulher é tratada na mídia esportiva, além de colaborar para uma mudança de comportamento da sociedade.

**PALAVRAS-CHAVE:** vídeo documentário; futebol feminino; relações de gênero.

### **INTRODUÇÃO**

O presente trabalho busca compreender a participação da mulher no esporte, especificamente, no futebol. Primeiro buscou-se estudar como a mulher se inseriu no esporte e conquistou espaço. Depois foi necessária uma breve apresentação da origem do futebol, que chegou ao Brasil no século XIX e se tornou o principal esporte do país. No início do século XX as mulheres começam a praticar a modalidade no Brasil e aos poucos foram quebrando barreiras sociais e culturais. No entanto, apesar dos avanços da mulher no esporte, ainda há o preconceito e a falta de incentivo à prática do futebol feminino no Brasil.

Outro ponto abordado neste estudo é a cobertura da mídia esportiva em assuntos relacionados à mulher no esporte. O espaço para divulgação de notícias voltadas às atletas ainda é pequeno.

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XXII Prêmio Expocom 2015, na Categoria Filme de não ficção/documentário/docudrama. Modalidade: CA02

<sup>2</sup> Aluno líder do grupo, email: thaistravencoli@hotmail.com

<sup>3</sup> Coautora do trabalho, email: patriciacastro.jornalismo@hotmail.com

<sup>4</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo do UniBrasil Centro Universitário, email: hendryoandre@gmail.com..

Tendo em vista a necessidade de uma reflexão social do papel da mulher no esporte e também uma mudança de comportamento por parte da mídia esportiva, este trabalho propõe a realização de uma análise de conteúdo quantitativa e qualitativa do programa Globo Esporte, no Paraná. Acredita-se que por meio deste estudo é possível entender como a mulher atleta é retratada no meio social e no jornalismo esportivo.

Por meio da produção de um vídeo documentário, este trabalho busca apresentar aspectos da realidade do futebol feminino. Além disso, pretende-se levantar uma discussão da igualdade de direitos no esporte.

## **OBJETIVO**

Objetivo geral

- Expor, a partir da produção de um vídeo documentário, aspectos da realidade do futebol feminino sob a ótica do clube de futebol feminino de Colombo.

Objetivos específicos

- Mostrar a realidade social do futebol feminino (reconhecimento e profissionalização).
- Analisar como o tema é tratado pela mídia.
- Levantar a discussão de igualdade de direitos no campo do esporte.

## **JUSTIFICATIVA**

A escolha do tema se dá por acreditar que o futebol feminino não tem visibilidade na sociedade. Por acreditar também que por meio deste trabalho é possível diminuir o preconceito. Mediante uma análise de conteúdo quantitativa pretende-se avaliar um programa de esportes de grande audiência na televisão local para entender como o tema é hegemonicamente tratado na mídia. O produto vídeo documentário foi utilizado por entender que a imagem é a melhor forma de apresentar o futebol feminino e suas particularidades como cita Nichols:

A estrutura institucional do documentário suprime grande parte da complexidade da relação entre representação e realidade, e também adquire uma clareza ou simplicidade que deixa subtendido que os documentários têm acesso e verdadeiro ao real. Isso funciona como um dos principais atrativos do gênero (NICHOLS, 2010. p. 51).

O documentário é um produto histórico. De acordo com Nichols (2010), o vídeo documentário consegue transparecer o mundo por meio de suas técnicas auditivas e visuais. Desta forma o documentário representa muito bem os fatos da mesma forma que um advogado representa os interesses de seu cliente, conforme Nichols.

O documentário por sua vez discute um assunto mais singularizado de seu ator social, aborda aquilo que não é discutido, fala sobre o que não é questionado nos meios sociais e midiáticos. É um produto que tem um intuito social e que não é estético como um filme ficcional (NICHOLS, 2010).

## MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

O presente trabalho elaborou uma pesquisa de conteúdo quantitativa e qualitativa para entender como a mulher é tratada na mídia esportiva. Antes de tudo, é importante conhecermos as diferenças entre pesquisa quantitativa e qualitativa. Segundo Bauer, Gaskell e Allum (2002), a pesquisa quantitativa lida com números e usa modelos estatísticos para explicar dados. Já a pesquisa qualitativa evita números e lida com interpretações das realidades sociais. Os autores acreditam que não há quantificação sem qualificação. Antes de qualquer frequência ou porcentual, as atividades sociais devem ser distinguidas. O pesquisador precisa ter uma noção das distinções qualitativas entre categorias sociais (BAUER, GASKELL, ALLUM, 2002).

Se não há quantificação sem qualificação, também não há análise estatística sem interpretação, já que os dados não falam tudo que precisamos para desenvolver uma pesquisa. No entanto, os autores alertam para a escolha das informações. Se colocarmos informações sem relevância para serem analisadas, teremos estatísticas irrelevantes. “A vantagem didática e prática da pesquisa numérica é sua clareza de procedimentos e seu elaborado discurso de qualidade no processo de investigação” (BAUER, GASKELL, ALLUM, 2002, p. 27).

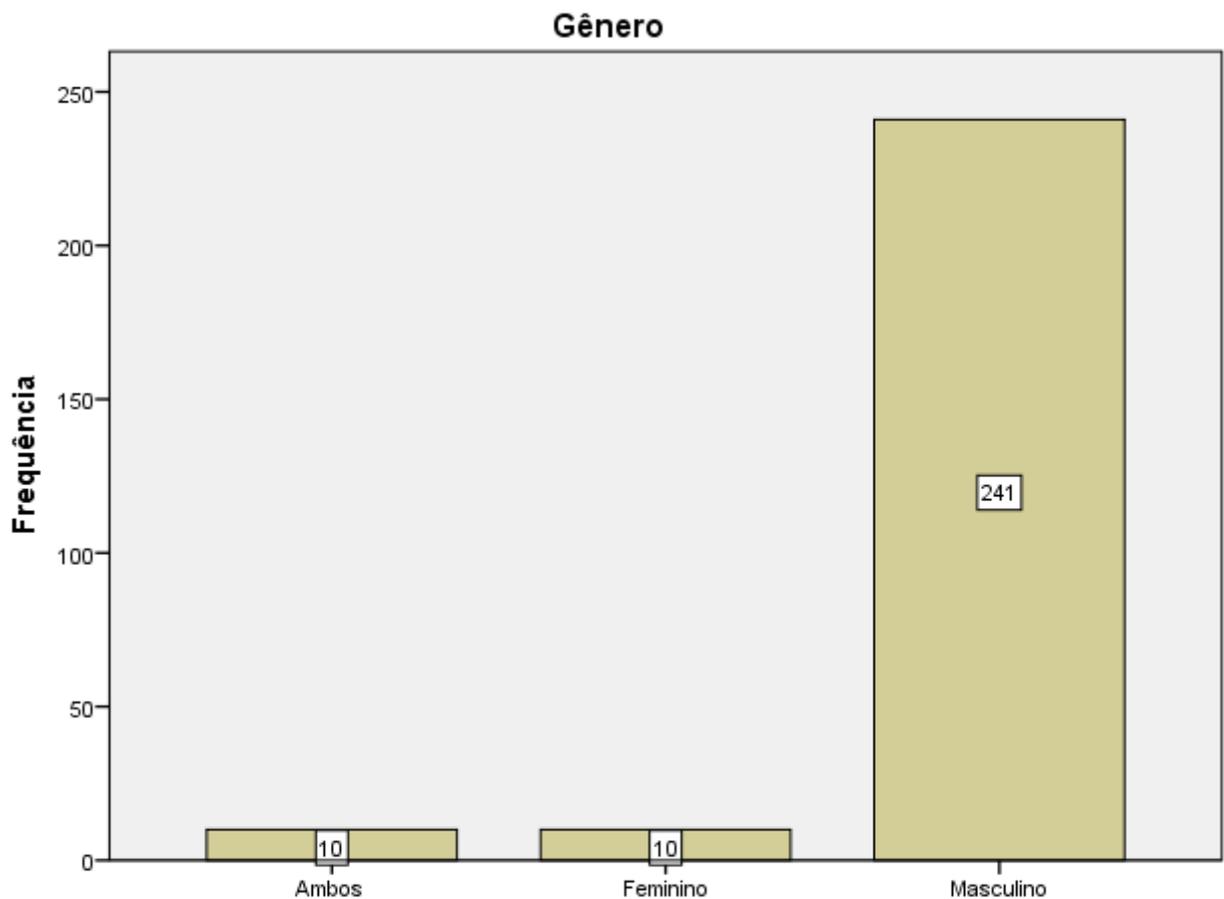
Por acreditar na eficiência da análise de conteúdo, a pesquisa metodológica deste trabalho foi realizada por meio da técnica da *semana artificial* proposta por Bauer (2002). A amostra seleciona cada dia de uma semana diferente. Entretanto, esta técnica pode se expandir também para uma quinzena ou mês artificial. Neste trabalho, foi utilizado o mês artificial, no qual cada semana será a analisada de um mês distinto. “Para que serve esta

estratégia? Para obter-se uma amostra variada, com distribuição equitativa e contendo o mínimo possível de distorções” (HERSCOVITZ, 2007, p. 131).

Neste trabalho foi analisada a primeira semana do mês de agosto, a segunda semana de setembro, a terceira semana de outubro e última semana de novembro de 2013. Tal pesquisa foi aplicada por meio de uma análise do programa televisivo Globo Esporte, da Rede Globo de televisão, maior emissora do Brasil<sup>5</sup>. O estudo foi feito no programa exibido no estado do Paraná.

Foram analisados o total de 24 programas Globo Esporte no estado Paraná, cada um com média de tempo entre 20 e 24 minutos. Durante o mês artificial 261 peças jornalísticas foram exibidas, destas, 241 tratavam do gênero masculino, enquanto que 10 eram relacionadas ao gênero feminino. Já o número de produções jornalísticas que tratavam de ambos os gêneros não passaram de 10 peças, como mostra o Gráfico I:

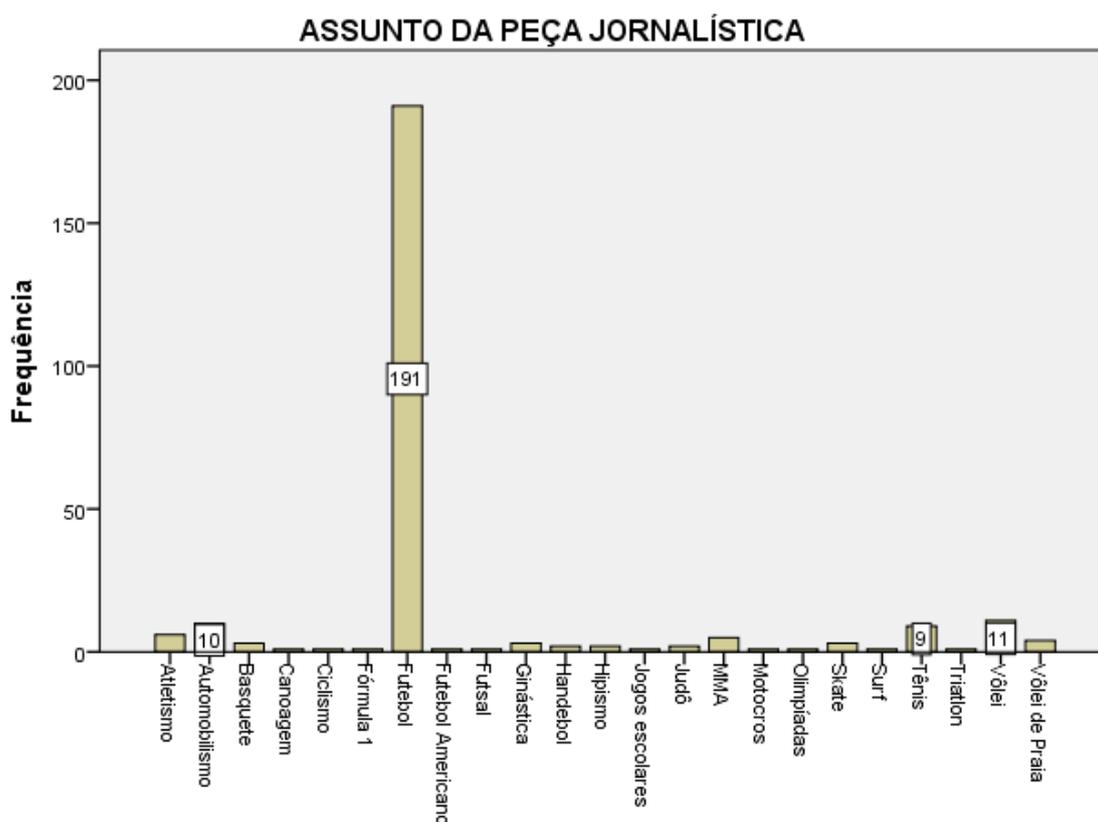
GRÁFICO I:



<sup>5</sup> Caprino; Santos (2012)

Com relação ao assunto da peça jornalística, como mostra o Gráfico II, a pesquisa aponta que o programa trata predominantemente de futebol. Dos 261 produtos analisados, 191 tratavam de futebol. Os outros temas que se destacaram, mas que não chegaram ao número expressivo como o futebol foram o vôlei com 11 peças jornalísticas, o automobilismo com 10 e o tênis com 9. É importante destacar que nestas modalidades o predomínio também é masculino. Dos 191 produtos jornalísticos voltados ao futebol, apenas 1 tratava do gênero feminino, enquanto que 190 eram masculinos. Na modalidade vôlei os números também mostram o predomínio do homem neste esporte. Das 11 peças analisadas, 9 falavam do gênero masculino, enquanto que apenas 1 do feminino e 1 sobre ambos os gêneros. No automobilismo, das 10 peças analisadas, todas eram masculinas. Já na modalidade Tênis, das 9 produções analisadas, 7 eram voltadas ao gênero masculino enquanto que 2 falavam da mulher neste esporte.

GRÁFICO II:



Os dados também mostram os tipos de reportagens exibidos no programa Globo Esporte durante a análise. A reportagem é o principal produto do programa, foram 139 peças, como mostra a Tabela I. Mas é importante ressaltar o predomínio é masculino. Das

139 reportagens, 130 eram voltadas ao homem no esporte, enquanto que apenas 4 eram relacionadas à mulher. Outro predomínio está na nota coberta, foram 82 peças, destas 76 falavam do gênero masculino e somente 2 do feminino. Em algumas peças o gênero feminino não chegou a aparecer, é o caso do link ao vivo, em que foram 9 exibições, todas masculinas. No stand-up o número de exibições chegou a 6, mas nenhum estava relacionada à mulher. Sobre a nota pelada, os dados mostram que das 10 peças exibidas, 9 eram masculinas e 1 tratava de ambos os gêneros. Com relação à reportagem especial a mulher aparece mais vezes do que nos outros produtos, como apresentados, mas ainda há desigualdade. Das 15 peças especiais, 11 falavam do homem e 4 da mulher.

TABELA I:

**Tipo de reportagem: \* Gênero**

		Gênero			Total
		Ambos	Feminino	Masculino	
Tipo de reportagem:	Link ao vivo	0	0	9	9
	Nota coberta	4	2	76	82
	Nota pelada	1	0	9	10
	Reportagem	5	4	130	139
	Reportagem especial	0	4	11	15
	Stand-up	0	0	6	6
Total		10	10	241	261

Quando se fala em tempo da peça jornalística, os produtos voltados à mulher são de predomínio de tempo entre 1 e 2 minutos, no entanto, quando comparado ao gênero masculino, é possível notar a desigualdade, já que do total de 90 exibições entre 1 e 2 minutos, 83 referem-se ao homem e apenas 3 à mulher. Nas produções entre 2 e 3 minutos os dados também são desproporcionais. No total de 56 peças, 55 tratavam do gênero masculino e apenas 1 do feminino. A variação também está nas peças entre 3 a 4 minutos, visto que das 22 produções com este tempo, 20 eram masculinas e somente 2 femininas, como mostra a Tabela II:

TABELA II:

**Tempo da peça jornalística \* Gênero**

	Gênero			Total
	Ambos	Feminino	Masculino	
Até 1 minuto	2	2	42	46
Entre 1 e 2 minutos	4	3	83	90
Entre 2 a 3 minutos	0	1	55	56
Entre 3 a 4 minutos	0	2	20	22
Mais de 4 minutos	0	2	6	8
Menos de 30 segundos	4	0	35	39
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>241</b>	<b>261</b>

A pesquisa também mostra que as matérias relacionadas à mulher são predominantemente de origem nacional, porém, os dados são desiguais quando comparados ao masculino, visto que das 114 peças de origem nacional, 102 eram masculinas, 8 femininas e 4 de ambos os gêneros. É importante destacar também que a mulher tem pouco espaço nas notícias de origem regional. Das 108 peças locais, 104 falavam do homem, apenas 1 da mulher e 3 tratavam de ambos os gêneros. Com relação às notícias internacionais, do total de 39 peças, 35 davam destaque ao homem, apenas 1 destacava a mulher e 3 tratavam dos dois gêneros, como mostra a Tabela III:

TABELA III:

**A notícia tem origem \* Gênero**

	Gênero			Total
	Ambos	Feminino	Masculino	
A notícia tem origem: Internacional	3	1	35	39
Nacional	4	8	102	114
Regional	3	1	104	108
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>241</b>	<b>261</b>

## DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Para a produção do vídeo documentário Futebolistas foram realizadas entrevistas com cinco jogadoras do clube de futebol feminino de Colombo, com o técnico Alexandro Teodoro, além de Renata Costa, jogadora do time FC Kubanochka, da Rússia e com passagens pela seleção brasileira. A proposta é mostrar a estrutura destas atletas no clube, os desafios para a prática deste esporte, o apoio que recebem, a profissionalização e o que faz com que elas continuem a praticar a modalidade mesmo diante do preconceito e da falta de visibilidade na mídia, conforme roteiro.

A denominação Futebolistas como título do vídeo documentário se deu por acreditar que o nome representa o desejo de igualdade de gêneros neste esporte, já que a palavra Futebolista significa jogador ou jogadora de futebol. Em um primeiro momento a proposta do nome seria “As Futebolistas”, mas após uma reflexão, foi possível entender que a partir da colocação do “As” estaríamos criando uma divisão dos gêneros, quando na verdade a proposta do produto é levantar a discussão de direitos no futebol. Ora, se vídeo documentário fosse sobre o futebol masculino seria necessário denominarmos a produção de “Os futebolistas”? A partir desta reflexão e pelo desejo das autoras de trabalhar com apenas um nome a escolha se deu por “Futebolistas”.

A trilha utilizada foi Futebol e Mulher, da Banda pernambucana Eddie. A escolha da música se deu a partir da identificação do produto com a letra, que trata diretamente da relação entre a mulher e o futebol.

Com relação às imagens, foram registrados oito jogos do time de Colombo. A proposta foi mostrar como é a preparação das atletas e a realidade vivida por elas em campo. É importante lembrar que nestas partidas foram registradas também imagens de bastidores como momentos de confraternização das atletas, preparação antes de entrar em campo, comemoração e planos de detalhe.

Os entrevistados foram selecionados a partir da convivência com as atletas e o técnico durante as gravações de jogos. Estas jogadoras e o treinador aprovaram a proposta do vídeo documentário e se dispuseram a gravar, acreditando que a produção pode contribuir para maior visibilidade no futebol feminino. Já a ideia de entrevistar a volante Renata Costa surgiu a partir da notícia de que a jogadora estaria presente no jogo entre

Colombo e Assaí, time de futebol feminino fundado pela atleta na cidade de Assaí, no Paraná.

As entrevistas com Lisiane Linhares Nunes, Mariana Augusta Santiago, Sara Rodrigues da Veiga, Alexandre Teodoro e Bruna Oliveira Rosa foram feitas em uma quadra de futsal, onde as atletas treinam. A entrevista com Bianca Cristine Bonifácio foi gravada na casa da jogadora, já que Bianca tinha medalhas, troféus e camisas de clubes por onde jogou e estava disposta a gravar estes detalhes. Já a entrevista com Renata Costa foi realizada no jogo Colombo x Assaí, como já citado acima.

É importante lembrar que as atletas do clube de Colombo não recebem salários para jogar, diferente da jogadora Renata Costa, que recebe benefícios e se dedica apenas ao futebol. Pretende-se mostrar que apesar das diferentes vivências destas atletas no futebol, as dificuldades são semelhantes quando se pensa em valorização por parte da sociedade e da mídia.

O vídeo documentário tem duração de 20 minutos e não tem voz off. Os personagens que vão conduzir a narrativa. Com a proposta de que este produto seja veiculado em programas de TV, a ideia foi criar um ápice no filme, pensando em um possível intervalo comercial e para despertar curiosidade no telespectador. O momento selecionado para intervalo é quando a atleta Mariana Augusta Santiago explica porque não conseguiu se tornar uma jogadora profissional, visto que a partir deste tema o filme começará a discutir sobre a profissionalização no futebol e o preconceito.

O público-alvo do vídeo documentário será atletas de futebol feminino, mulheres praticantes de outros esportes, comunicadores (jornalistas esportivos e estudantes de comunicação), simpatizantes do esporte, além de pessoas que não conhecem o futebol feminino. A proposta é que esse produto também seja veiculado em programas televisivos

## **CONSIDERAÇÕES**

Desde o início deste trabalho nos surpreendemos com o envolvimento das atletas de Colombo com o futebol. Cada jogo é especial para estas mulheres, que definitivamente, jogam por amor e acreditam na profissionalização deste esporte. A escolha do tema deste estudo se deu pela afinidade das autoras com o futebol e também por acreditar que é preciso uma reflexão e uma mudança de comportamento quando se pensa em mulher no esporte e na mídia esportiva.

Não se pode negar que a presença feminina no esporte cresceu nos últimos anos, no entanto, ainda é preciso um avanço dos órgãos esportivos e da mídia para que a mulher seja, de fato, valorizada não só no futebol, mas em todas as modalidades.

Acredita-se que por meio deste trabalho é possível contribuir para que o futebol feminino seja visto de outro ângulo. O vídeo documentário, resultado deste estudo, poderá atingir muitas pessoas, criando um pensamento crítico sobre o tema. Portanto, a produção deste produto pode ser o pontapé inicial para o progresso do futebol feminino na mídia. Já que, seguindo o pensamento de Eugênio Bucci, “o rei de amanhã pode ser uma rainha. E então? E se as mulheres conseguirem fazer isso mais bem feito? Como é que ficaremos? Ouço dizer que é cada vez maior o contingente das alunas do sexo feminino em escolinhas de futebol. A onda vai pegar” (BUCCI, 2000, p. 69).

Pode-se dizer também, que por meio deste estudo existirá uma contribuição para o jornalismo esportivo paranaense, tendo em vista que a partir da pesquisa metodológica deste trabalho foi possível identificar que a mulher ainda não conquistou seu espaço na mídia esportiva. Por fim, com este estudo foi possível contribuir para a valorização do futebol feminino, além de uma reflexão do papel da mulher no esporte e no jornalismo esportivo.

## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

BAUER, Martin W.; GASKELL, George; ALLUM, Nicholas C. Qualidade, quantidade e interesses do conhecimento: evitando confusões. In: BAUER, Martin W.; GASKELL, George. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. 2 ed. Petrópolis: Vozes, 2002.

BUCCI, Eugênio. **Brasil em tempo de TV**. São Paulo: Boitempo, 2000.

CAPRINO, Mônica P.; SANTOS, Marli. Alfabetização midiática e conteúdo gerado pelo usuário no telejornalismo. **Comunicação e Sociedade**. v. 34, n.1, p. 109-130, jul./dez. 2012.

HERSCOVITZ, H. G. Análise de Conteúdo em jornalismo. In: LAGO, C.; BENETTI, M. (Org.). **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. 1.ed. Petrópolis: Vozes, 2007.

NICHOLS, Bill. **Introdução ao documentário**. São Paulo, Editora Papyrus, 2010.