

UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS, JORNALISMO E SERVIÇO SOCIAL
CURSO DE JORNALISMO

NATHÁLIA SILVA FIUZA

**MULHER NO TELEJORNALISMO ESPORTIVO:
A construção de sentidos no programa *Olhar espnW***

Monografia

Mariana
2018

UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS, JORNALISMO E SERVIÇO SOCIAL
CURSO DE JORNALISMO

NATHÁLIA SILVA FIUZA

**MULHER NO TELEJORNALISMO ESPORTIVO:
A construção de sentidos no programa *Olhar espnW***

Monografia apresentada ao curso de Jornalismo da
Universidade Federal de Ouro Preto como requisito
parcial para obtenção do título de Bacharel em
Jornalismo.

Orientadora: Prof^ª Denise Figueiredo Barros do
Prado.

Mariana
2018

F565m

Fiuza, Nathália Silva.

Mulher no telejornalismo esportivo [manuscrito]: a construção de sentidos no programa Olhar espnW / Nathália Silva Fiuza. - 2018.

67f.: il.: color.

Orientadora: Prof^a. MSc^a. Denise Figueiredo Barros do Prado.

Monografia (Graduação). Universidade Federal de Ouro Preto. Instituto de Ciências Sociais Aplicadas. Departamento de Ciências Sociais, Jornalismo e Serviço Social.

1. Esporte - Teses. 2. Televisão - Teses. 3. Feminismo - Teses. 4. Jornalismo - Teses. I. Prado, Denise Figueiredo Barros do. II. Universidade Federal de Ouro Preto. III. Título.

CDU: 659.3

Catálogo: ficha@sisbin.ufop.br

Nathalia Silva Fiúza

Curso de Jornalismo – UFOP

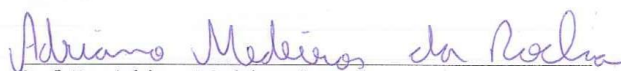
MULHER NO TELEJORNALISMO ESPORTIVO:
A CONSTRUÇÃO DE SENTIDOS NO PROGRAMA OLHAR ESPNW

Trabalho apresentado ao Curso de Jornalismo do Instituto de Ciências Sociais e Aplicadas (ICSA) da Universidade Federal de Ouro Preto como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Jornalismo, sob orientação da Profa. Dra. Denise Figueiredo Barros do Prado.

Banca Examinadora:



Profa. Dra. Denise Figueiredo Barros do Prado



Prof. Dr. Adriano Medeiros da Rocha



Profa. Dra. Hilda Rodrigues

Mariana, 18 de abril de 2018.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, por guiar meus caminhos e instruir meus pensamentos. Aos meus pais, Antônio e Dulce, minhas maiores inspirações, por acreditarem no meu potencial e sempre me incentivarem a lutar pelos meus sonhos. Sem o amor incondicional de vocês seria impossível chegar até aqui.

Aos meus irmãos, Guilherme e Leandro, por sempre estarem ao meu lado, apoiando e aconselhando. Ao Lucas, que com seu amor e paciência foi um grande parceiro na reta final desse trabalho.

Aos amigos conquistados durante a graduação, em especial aos companheiros de Jornalismo, por preencherem o meu caminho com afeto. Agradeço pelas companhias incríveis, pelos trabalhos, festas e sorrisos compartilhados. Obrigada por compreenderem minha ausência em muitos momentos e por todo o incentivo e apoio, principalmente nas horas mais difíceis. Levo um pouquinho de vocês comigo.

À Denise, professora e orientadora tão querida, inspiração como mulher e profissional. Desde o início soube que formaríamos uma dupla incrível e que o resultado dessa monografia seria motivo de orgulho. Agradeço por toda a confiança em mim depositada, por acreditar na importância dessa pesquisa e por ser tão atenciosa e carinhosa. Sou muito grata.

Aos demais professores da UFOP, Universidade tão especial. Agradeço pela convivência sempre tão próxima, pelos laços de amizade e por todas as discussões e conhecimentos compartilhados, seja na sala de aula, ou pelos corredores do ICESA. Tenho muita admiração por todos vocês. Cada um teve uma contribuição fundamental para a Jornalista que amadureceu dentro de mim. Obrigada por tudo, sentirei saudades. O Jornalismo é o caminho que escolhi e quero trilhá-lo com responsabilidade, propósito e amor. Minha honesta gratidão a todos que participaram dessa jornada e contribuíram para a realização dessa monografia. Com amor, obrigada!

“Acredite em si, depois saberá como viver.”

Johann Goethe

RESUMO

O presente trabalho analisa a construção de sentidos do programa *Olhar espnW*, observando o discurso proposto pelas apresentadoras e convidadas, assim como as temáticas veiculadas. Para isso, foram analisados cinco episódios, exibidos entre setembro de 2016 e junho de 2017. Durante o programa são traçadas “imagens” da mulher que, ao mesmo tempo, refletem a forma como ela é vista e revelam inquietações ligadas à normas e padrões sociais. Desta forma, interessa entender quais são essas imagens e o que elas dizem sobre o “lugar de fala” ocupado pelas interlocutoras do programa dentro da dinâmica do jornalismo esportivo. O trabalho aborda pontos referentes ao discurso midiático, utilizando as pesquisas de Charadeau (2009) e Foucault (1971) e também questões relacionadas ao contrato de leitura e processo de fidelização da audiência, tendo como apoio os estudos de Verón (2005) e Jost (2004). Foram analisados ainda, os dispositivos visuais e sonoros que dão identidade ao *Olhar espnW* e fazem com que ele seja um programa televisivo. Neste momento, as pesquisas de Gutmann (2014) e Duarte (2004) foram consultadas. Por se tratar de um programa esportivo produzido por mulheres e voltado para o público feminino, foram considerados também aspectos ligados à inserção e atuação da mulher no jornalismo esportivo.

Palavras-chave: Esporte; Televisão, *Olhar espnW*, Feminismo, Jornalismo

LISTA DE IMAGENS

Imagem 1: Mundo ESPN – Facebook (12 de setembro de 2016)	14
Imagem 2: Cenário – Programa <i>Olhar espnW</i> (08 de março de 2017)	34
Imagem 3: Portal ESPNW (30 de junho de 2017)	37

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	10
1. O DISCURSO MIDIÁTICO E O CONTRATO DE LEITURA	12
2. JORNALISMO ESPECIALIZADO: O ESPORTE EM PAUTA	17
2.1 Os esportes na TV	20
2.2 O debate esportivo	22
3. INSERÇÃO E ATUAÇÃO DA MULHER NO JORNALISMO ESPORTIVO TELEVISIVO BRASILEIRO	24
4. RECORTE EMPÍRICO E INDICAÇÃO DE MÉTODO UTILIZADO	32
4.1 Corpus de análise	38
4.1.1 Olhar <i>espnW</i> exibido no dia 14 de setembro de 2016	39
4.1.2 <i>Olhar espnW</i> exibido no dia 05 de outubro de 2016.....	40
4.1.3 <i>Olhar espnW</i> exibido no dia 15 de março de 2017	43
4.1.4 <i>Olhar espnW</i> exibido no dia 24 de maio de 2017	44
4.1.5 <i>Olhar espnW</i> exibido no dia 14 de junho de 2017	46
4.2 Eixos de análise	48
4.2.1 Peso biológico na construção do papel da mulher na sociedade	49
4.2.2 Vida privada versus vida pública	52
4.2.3 Estigma de gênero	54
4.2.4 Igualdade de gênero	57
CONSIDERAÇÕES FINAIS	60
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	66

INTRODUÇÃO

O presente trabalho se propõe a analisar a construção de sentidos do programa *Olhar espnW*, observando o discurso proposto pelas apresentadoras e convidadas da atração, assim como as temáticas veiculadas. Quais recursos são utilizados para que a audiência se identifique com o programa? Quais métodos são empregados para legitimar o discurso feminino proposto pela atração, pensando que o jornalismo esportivo ainda se configura como um espaço majoritariamente masculino? As minhas percepções como telespectadora do *Olhar espnW* e a relação próxima que sempre tive com o mundo esportivo, primeiramente como torcedora e mais tarde como estudante de comunicação, me instigaram a compreender qual é o “lugar de fala” (articulação entre discurso, texto e situação) das mulheres dentro do telejornalismo esportivo.

O *Olhar espnW* é um programa semanal, exibido pelo canal ESPN+, da rede de TV por assinatura americana ESPN (*Entertainment and Sports Programming Network*). Os canais ESPN se dedicam à transmissão e produção de programas esportivos e são exibidos no Brasil desde 1995. O programa se referencia como o espaço da mulher no mundo e nos esportes é o primeiro programa da história do veículo voltado para o público feminino. São abordados temas considerados do cotidiano das mulheres, sempre os relacionando com o esporte. As convidadas geralmente são especialistas e/ou ex-atletas.

Inicialmente o trabalho aborda pontos referentes ao discurso midiático baseado nos estudos feitos por Charadeau (2009) e Foucault (1971), trazendo também pesquisas relacionadas ao conceito de contrato de leitura proposto por Verón (2005) e de promessa comunicacional colocada por Jost (2004). Neste momento o trabalho busca discutir questões ligadas aos “modos de dizer” do produto midiático. Um dos objetivos nessa etapa é perceber também, de que maneira o discurso produzido pelo programa se consolida como estratégia de fidelização da audiência

Em seguida, volto o olhar para o jornalismo especializado buscando entender as características desse tipo de produção. Tendo o esporte como pauta, é um jornalismo que busca atender as necessidades de um público que não se satisfaz apenas com informações do jogo ou da corrida, por exemplo, mas que se interessa também pelos bastidores, estatísticas e dia-a-dia dos atletas e dos times. É um público que acompanha e que entende do assunto.

O histórico das mulheres dentro das coberturas esportivas também é um ponto importante dessa pesquisa. Não seria possível compreender um programa esportivo produzido por e para o público feminino, sem antes analisar o posicionamento das mulheres dentro do

jornalismo esportivo, um espaço que há pouco tempo era completamente dominado por homens e onde as jornalistas ainda encontram dificuldades para serem reconhecidas.

Após uma apresentação à teoria, o trabalho se volta para o objeto de pesquisa: o programa *Olhar espnW*. São apresentados aspectos do programa enquanto produto televisivo, levando em consideração características estruturais, visuais e sonoras e contemplando também as temáticas, as apresentadoras e as convidadas. Neste momento, as pesquisas de Gutmann (2014) e Duarte (2004) foram consultadas para o desenvolvimento dos aspectos de tecnicidades, ritualidades e formatos do telejornalismo.

Para a análise, cinco episódios do programa com temas diversos foram selecionados. As produções escolhidas serão analisadas segundo o conteúdo que reverberam, tendo o conceito de lugar de fala proposto por Braga (2000), como um dos norteadores. A análise considera a construção de sentidos dentro do programa *Olhar espnW* e o lugar ocupado por suas mediadoras.

Depois de nove meses de exibição do programa, observou-se que as questões mais abordadas se referem à saúde, alimentação, carreira, maternidade e ao papel da mulher na sociedade e no mundo esportivo. Dentro dessas categorias temáticas são traçadas “imagens” da mulher. Essas imagens refletem a forma como elas são vistas. Sendo assim, o *corpus* para análise foi definido seguindo a lógica de representação do universo feminino proposta pelo programa.

1. O DISCURSO MIDIÁTICO E O CONTRATO DE LEITURA

A proposta deste estudo é tentar entender o lugar ocupado pelas mulheres no jornalismo esportivo, bem como analisar o discurso construído por elas dentro do programa *Olhar ESPNW*, exibido pelo canal esportivo ESPN. Para tal, é necessário inicialmente compreender os conceitos que se relacionam ao discurso midiático. O discurso não é apenas o ato de falar algo com alguém, mas está ligado a um processo de interação profundo, portanto, “todo discurso desenha, ao contrário, um campo de efeitos de sentido e não um único efeito. A relação entre a produção e a recepção (prefiro chamar essa última de reconhecimento) é complexa: nada de causalidade linear no universo do sentido” (VERÓN, 2005, p. 216).

Os meios de comunicação, através das marcas enunciativas, se apresentam ao receptor e estabelecem o contrato de leitura¹, ou seja, constroem o seu “modo de dizer”. Esse contrato envolve, segundo Véron, “a imagem de quem fala - enunciador, a imagem daquele a quem o discurso é endereçado - o destinatário e a relação entre enunciador e destinatário que é proposta no e pelo discurso” (2005, p. 217-218). A mídia, por meio do contrato, busca estabelecer um vínculo com o receptor. Esse vínculo, criado a partir de estratégias enunciativas, possui identidade e peculiaridades que, ao serem reconhecidas, serão fundamentais no processo de fidelização da audiência, assim “o leitor fiel a um título de imprensa o é porque sabe antecipadamente, com precisão, que tipo de discurso vai encontrar” (VÉRON, 2005, p. 257).

É constitutivo do contrato pensar o seu público, desta forma, o telespectador influencia na produção textual do interlocutor, já que o jornalista tem que se dirigir diretamente a ele. Nesse sentido, buscar constantemente o interesse do destinatário e assim, estar em sintonia com as expectativas daquele que irá consumir o produto midiático, é fundamental para a manutenção do contrato. É preciso então, por meio do discurso, motivar o receptor. Segundo Patrick Charadeau:

A finalidade do contrato de comunicação midiática se acha numa tensão entre duas visadas, que correspondem, cada uma delas, a uma lógica particular: uma visada de *saber fazer*, ou visada de informação propriamente dita, que tende a produzir um objeto de saber segundo uma lógica cívica: informar o cidadão; uma visada de *fazer sentir*, ou visada de captação, que tende a produzir um objeto de consumo segundo uma lógica comercial: captar as massas para sobreviver à concorrência. (CHARADEAU, 2009, p. 86).

¹ Contrato de leitura é o termo proposto por Eliseo Verón e coloca ênfase sobre as relações de construção da ligação que une no tempo um *media* a seus “consumidores”. “[...] O objetivo deste contrato (de leitura, de escuta ou de visão, de acordo o suporte mediático) é de construir e de preservar o hábito de consumo. [...]” (VERÓN, 1991, p. 169, grifo do autor, tradução nossa).

A partir disso, o interlocutor imagina estar criando um vínculo com a sua audiência. Na televisão, a enunciação se manifesta como ponto importante na hora de apresentar um programa. É por meio da posição assumida pelos apresentadores frente às câmeras que se pode perceber a intenção de manter uma relação de credibilidade e proximidade com o público, tendo em vista as intenções comerciais intrínsecas ao produto midiático.

Pensando que o contrato de leitura diz respeito as propriedades do discurso responsáveis por estabelecer uma relação com o seu leitor e que o mesmo deve ser elaborado em função dos interesses da audiência, pode-se afirmar que:

A parceria definida pelo contrato de comunicação midiático baseia-se numa relação de ressonância: cada um dos parceiros só pode sintonizar provisoriamente com o outro pelas representações supostamente compartilhadas, as quais, levadas pelos discursos, circulam por entre os membros de uma determinada comunidade cultural. (CHARADEAU, 2009, p. 125)

No caso do programa *Olhar espnW* “o terreno” compartilhado por apresentadoras, convidadas e o seu público constitui-se de temas do cotidiano feminino associados à assuntos do mundo esportivo. Desta forma, o público do programa se fideliza tendo como expectativa o debate de temas ligados a esses dois segmentos. O programa *Olhar espnW* estreou no dia 14 de setembro de 2016. Dias antes foram exibidos durante a programação dos canais ESPN e também nas redes sociais, diversos vídeos promocionais da atração. Em um deles², disponível na página do canal no Facebook, apresenta-se o seguinte discurso: “soltar a voz, ser vista, ser percebida, empoderar. E você, o que pensa sobre isso? Conheça o espaço da mulher no mundo e no esporte [...]” (MUNDO ESPN, 2016).

A partir desse vídeo o programa apresenta-se à audiência como um espaço de debate aberto ao público feminino. É possível perceber, através do discurso do vídeo e da presença de várias mulheres nas imagens, que o programa tem como objetivo dar visibilidade à um público que, historicamente, nunca foi alvo dos canais especializados em coberturas esportivas. O autor francês François Jost afirma que a promessa comunicacional³ orienta as expectativas do público

² Disponível em: <<https://www.facebook.com/mundoespn/videos/10153817376531408/>> Acesso em 07 de junho de 2017.

³ Promessa é o termo utilizado por François Jost e, “contrariamente à perspectiva do modelo do contrato que é instantâneo e sincrónico, o modelo da promessa ocorre em dois tempos. O espectador deve fazer a exigência de que a promessa seja mantida. Assim, em um segundo tempo, o espectador tem o dever de verificar se a promessa foi efetivada” (JOST, 2004, p. 19). Neste trabalho, as duas linhas de pesquisa são utilizadas, a despeito das suas divergências internas. O conceito de contrato de leitura proposto por Verón (2005) relaciona-se mais diretamente aos “modos de dizer” do programa e como eles se tornam estratégias de fidelização da audiência. Já o modelo de

quanto ao que o produto midiático diz oferecer. A publicidade tem papel fundamental nesse processo, já que oferece pequenos fragmentos do que o público irá encontrar se acompanhar o programa, instigando o interesse da audiência. Ao assistir o *Olhar espnW*, espera-se ter “[..] a garantia de encontrar no programa os atributos exemplificados por essas amostras que são os anúncios, as chamadas de autopromoção das mídias” (JOST, 2004, p.30), ou seja, a mulher que assiste ao programa espera de fato sentir-se “percebida”, “vista” e “empoderada”.

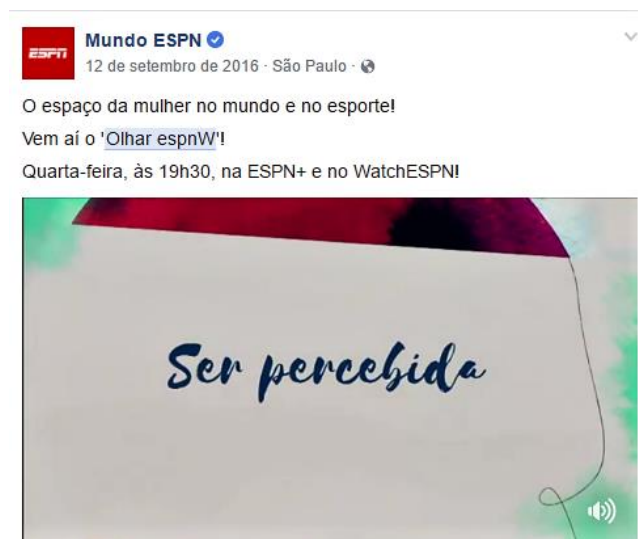


Imagem 1. Mundo ESPN

Fonte: www.facebook.com/mundoespn

Compreende-se então que o contrato de leitura opera sobre um processo comunicacional que envolve um enunciador e um destinatário e refere-se as modalidades do dizer. Mas se faz necessário entender que esse contrato é estabelecido através de estratégias discursivas. Essas estratégias (marcas textuais), vão construir o discurso e assim propor o contrato, ou seja, instituir o vínculo com o receptor. “A oralidade, o gestual, a entonação da fala, o figurino, o cenário, o modo como a imagem desses sujeitos é enquadrada na tela compõe atos performáticos essenciais para a interação com o espectador e para o reconhecimento dos programas [..]” (GUTMANN, 2004, p. 75).

O contexto comunicativo à qual o contrato está inserido refere-se “à situação criada no e pelo programa responsável por construir posições para o interlocutor justamente a partir das

promessa abordado por Jost (2004), fundamenta os aspectos ligados à promoção do programa e as expectativas do público.

performances dos sujeitos de fala [...]” (GUTMANN, 2004, p. 140). Neste sentido é possível afirmar que o contato entre as partes envolvidas nessa situação comunicativa acontece em muitos momentos, pela personificação do discurso na figura do apresentador, capaz de convocar a audiência. No texto verbal, por exemplo, essa convocação fica explícita “pelo recorrente uso de vocativos; o pronome ‘você’ e o verbo no imperativo modalizam constantes interpelações a um outro suposto: ‘*E você sabe o que fazer para...*’, ‘*O que você faria se...*’” (GUTMANN, 2004, p. 142-143, grifo da autora).

As estratégias, também chamadas de “escolhas enunciativas” são previamente pensadas e acontecem dentro do processo produtivo, como por exemplo, na hora do enunciador elencar os assuntos, ordenar as notícias de acordo com o grau de interesse público, selecionar as palavras, os gestos, e no caso do *Olhar espnW*, definir os temas e escolher as convidadas que irão constituir o debate. As estratégias são importantes porque ajudam o telespectador a identificar-se com o programa e por consequência, fidelizar-se. Elas também ajudam a estabelecer o contrato e dão pistas do gênero em questão. Quando isso acontece, significa que tais mecanismos alcançaram o público ideal e assim levaram o programa a vencer a “batalha diária pela audiência”. Mas assim como já foi dito anteriormente, o discurso midiático produz diversos efeitos de sentido, ou seja, pode interpelar o seu receptor de muitas formas e graus distintos. Sendo assim, não se pode ignorar a bagagem cultural que cada telespectador possui e que influencia diretamente as suas interpretações.

No caso do programa *Olhar espnW* é possível identificar uma estratégia discursiva muito presente: a representatividade feminina, que se manifesta principalmente na escolha das convidadas da atração. Em um debate, como é o caso do produto em questão, “*os convidados são convocados por estarem numa relação de identidade com o tema retratado. [...] são escolhidos igualmente em função de seu posicionamento no campo das opiniões.*” (CHARADEAU, 2009, p. 219, grifo no original). Na maioria das exhibições do *Olhar espnW*, o debate é formado apenas por mulheres. Essa escolha tem como objetivo abrir espaço para o público feminino no jornalismo esportivo - um espaço que, culturalmente, é dominado por homens. As convidadas, são quase sempre atletas e ex-atletas, além de profissionais como médicas, nutricionistas, professoras de atividades físicas e jornalistas. O lugar que essas mulheres ocupam na sociedade são fundamentais para que a proposta discursiva do programa seja cumprida, sendo assim, suas posições sociais dão credibilidade ao debate. Dessa forma, pode-se afirmar que a escolha das convidadas não se dá de maneira aleatória, ela acontece visando um objetivo e segue uma tendência enunciativa do programa: promover visibilidade às

mulheres e afirmá-las como especialistas no esporte. “[...] ninguém entrará na ordem do discurso se não satisfizer a certas exigências ou se não for de início, qualificado para fazê-lo” (FOUCAULT, 1971, p. 37).

Faz-se necessário compreender, porém, que a necessidade da representatividade feminina no discurso do programa (visando satisfazer as expectativas da audiência), esbarra na falta de legitimidade conferida ao público feminino dentro do jornalismo esportivo. Nesse tipo de cobertura, as jornalistas geralmente atuam como mediadoras e ou apresentadoras e quase nunca como comentaristas ou narradoras, atividades executadas por seus colegas de profissão. Para analisar esse cenário é importante compreender antes que o discurso não é apenas o ato de falar algo com alguém, mas está ligado a um processo de diálogo complexo, resultante da “combinação das circunstâncias em que se fala ou escreve, com a maneira pela qual se fala” (CHARADEAU, 2009, p. 40). Neste sentido, o discurso é um acontecimento, um fato que, segundo Foucault (1999), irrompe em um certo tempo e em determinado espaço.

Como o estudo pretende refletir sobre o discurso feminino dentro de um produto esportivo (área jornalística considerada por muitos como campo de atuação masculina), deve-se levar em consideração todas as condições necessárias para a sua existência neste determinado contexto sócio histórico. Foucault afirma que “os discursos são domínios práticos limitados que têm suas fronteiras, suas regras de formação, suas condições de existência” (1972, p. 68), ou seja, o discurso produzido pelas mulheres no jornalismo esportivo diz muito sobre o lugar ocupado por elas e a forma como são (ou deixam de ser) reconhecidas dentro desse campo social. Esse raciocínio justifica o fato das mulheres desempenharem funções diferentes dos homens nas coberturas, elas ainda são consideradas menos legítimas dentro do discurso esportivo.

2. JORNALISMO ESPECIALIZADO: O ESPORTE EM PAUTA

Antes de entendermos os propósitos do jornalismo esportivo é importante identificarmos o que consideramos como especialização. Os textos emitidos nas editorias de esporte, cultura, economia, policial, dentre outros, possuem distinções e especificidades. Essas distinções refletem as áreas de interesse jornalístico. Segundo Frederico Tavares (2009), a especialização do jornalismo pode ser associada a três fatores diferentes:

Pensar em jornalismo especializado diz respeito a ter de buscar um consenso sobre três manifestações empíricas referentes às suas especializações. 1) A especialização pode estar associada a meios de comunicação específicos (jornalismo televisivo, radiofônico, ciberjornalismo etc) e 2) a temas (jornalismo econômico, ambiental, esportivo etc), ou pode estar associada 3) aos produtos resultantes da junção de ambos (jornalismo esportivo radiofônico, jornalismo cultural impresso etc). Cada uma dessas materializações solicita investigações e normatizações singulares, o que cria uma dificuldade para se pensar, epistemologicamente, o cenário mais amplo da especialização no jornalismo. (TAVARES, 2009, p. 115).

É evidente o aumento do número de produtos jornalísticos segmentados. Esse crescimento é visível tanto em veículos impressos (revistas, periódicos, suplementos presentes em jornais), como também no campo audiovisual por meio das TVs por assinatura. Atualmente existem canais dedicados a um determinado assunto, vida animal, por exemplo, outros só para programação infantil e ainda aqueles cujo conteúdo é totalmente jornalístico, como a BBC News.

Dividir os assuntos, fazer matérias específicas e criar veículos com conteúdos direcionados - o que chamamos de especialização, relaciona-se ainda “[...] como uma nova metodologia do trabalho jornalístico, fundadora de novos produtos (no sentido de notícias e textos)” (TAVARES, 2009, p. 118).

A especialização do jornalismo, assim como pontuado por Tavares (2009), propõe o surgimento de novos produtos a partir de um objetivo comum: reunir os assuntos de interesse de um grupo de pessoas. Dentro desse grupo há o compartilhamento de afinidades e, conseqüentemente, um consumo em comum. Segundo Abiahy:

[...] o papel de coesão social no jornalismo especializado passa a cumprir a função de agregar indivíduos de acordo com suas afinidades ao invés de tentar nivelar a sociedade em torno de um padrão médio de interesses que jamais atenderia a especificidade de cada grupo. (ABIAHY, 2005 *apud* COBRA, 2015).

O jornalismo especializado atende as necessidades desse grupo de pessoas na medida em que apresenta conteúdos com mais profundidade e qualidade informativa. Outro ponto importante é a capacidade do jornalismo especializado em se apresentar como uma “ponte” entre o saber científico e o saber popular. “É saber transformar em texto e informação acessível o que a população não entenderia se lesse em termos técnicos e de linguagem dos especialistas” (COBRA, 2015, p. 23). Tavares completa:

Atribui-se a esse tipo de jornalismo, portanto, o papel de buscar intermediar saberes especializados na sociedade, construindo um tipo de discurso que, noticioso, ou “apenas” informacional, promova um outro tipo de conhecimento que se funde - geralmente- na compreensão conjunta do universo científico e do senso comum. (TAVARES, 2009, p. 123).

O esporte é um tema que ganhou muito espaço seguindo essa dinâmica do jornalismo especializado. Mas nem sempre foi assim. Coelho (2009) explica que nos primeiros anos da cobertura esportiva poucas pessoas acreditavam que uma vitória nos campos, ginásios ou pistas poderiam estampar as primeiras páginas de um jornal. Esporte era assunto menor quando comparado a política, por exemplo.

Durante todo o século passado, dirigir redação esportiva queria dizer tourear a realidade. Lutar contra o preconceito de que só os de menor poder aquisitivo poderiam tornar-se leitores desse tipo de diário. O preconceito não era infundado, o que tornava a luta ainda mais inglória. De fato, menor poder aquisitivo significava também menor poder cultural e conseqüentemente ler não constava de nenhuma lista de prioridades. E se o futebol - como os demais esportes - dela fizessem parte, seria necessário ao apaixonado ir ao estádio, isto é, ter menos dinheiro para comprar boas publicações sobre o assunto. (COELHO, 2009, p. 09).

Esse cenário sofreu mudanças ao longo dos anos e o crescimento de produtos jornalísticos impressos, radiofônicos, televisivos e, posteriormente, cibernéticos dedicados à tal cobertura consolidaram o esporte como editoria. Mas o jornalismo esportivo é cercado de complexidades que envolvem muito mais que o jogo. O acompanhamento deve ser constante.

São muitas modalidades e cada uma delas possui regras específicas, o que torna a cobertura esportiva, segundo Alcoba (1980) “superespecializada”. Essas especificidades tornam-se um desafio para os profissionais, que precisam falar e escrever com qualidade em diversos tipos de cobertura. “[...] não quer dizer que não se possa especializar neste ou naquele esporte e conhecê-lo a fundo, o que aliás é desejável. Isso não livra ninguém de ter um

conhecimento geral dos esportes mais populares. Os que não são conhecidos merecem ser estudados.” (BARBEIRO; RANGEL, 2012, p. 34).

Assim como em outras editoriais, o jornalismo esportivo possui uma linguagem própria. É necessário que o profissional esteja atento aos diversos termos utilizados nas coberturas de modalidades específicas. O jornalista precisa saber, por exemplo, que o saque é um dos fundamentos do vôlei, que o *hook* é um golpe do boxe e que a “janela” do futebol refere-se ao período de compra e venda de jogadores.

Outro aspecto importante é o fato do esporte ser um tema que possui muitos seguidores, de diferente gêneros e idades e que costumam entender do assunto e acompanhar suas modalidades de preferência. Essa característica “aumenta ainda mais a responsabilidade do jornalista esportivo, que deve apresentar ainda mais conhecimento, demonstrando mesmo ser especialista, pois qualquer erro será notado [...]” (SILVEIRA, 2009, p. 55). Em uma cobertura de F1, por exemplo:

O leitor, quase sempre, é mais do que um simples torcedor, e espera dos jornais informações sobre treinamentos, novidades mecânicas, detalhes tecnológicos e incidentes nas corridas que, anos atrás, eram interesse de alguns poucos maníacos. (MUNIZ, 1991 *apud* SILVEIRA, 2009).

Com relação as fontes de informação do jornalismo esportivo, Silveira (2009), divide em dois grupos: primárias (esportista, clube, técnico, dirigentes, empregados, organismos, entidades e federações) e secundárias (comercial, publicitária e órgãos políticos). Os esportistas seriam as principais fontes, com quem o jornalista precisa manter um contato diário. O clube também deve ser uma fonte próxima, na medida em que ele representa os atletas de modo coletivo, como time. O técnico, tanto de atletas como de equipes, também deve estar sempre em pauta, sendo o responsável por responder pelos resultados. É preciso também saber lidar com os dirigentes, já que eles representam a instituição e lidam com questões burocráticas e financeiras. Os empregados, por vezes pouco utilizados, também são fontes importantes, já que participam diretamente do dia-a-dia das demais fontes e tem acesso a várias informações. Já as entidade e federações, geralmente representadas pela assessoria de imprensa, devem ser questionadas sobre aspectos organizacionais das competições, assim como regras e projetos.

Pensando prioritariamente essas fontes, é necessário estar atento com as questões éticas da profissão, segundo pontua Coelho:

O melhor a fazer é trabalhar. Manter o contato com a fonte sempre que houver oportunidade. Questionar, perguntar, indagar sobre o que for possível. Tentar sempre conseguir informações em primeira mão. Mas sempre deixar claro que não se trata de troca de favores. Que as vantagens não serão oferecidas no relacionamento profissional. Que nunca uma notícia será paga com um favor que use as páginas do jornal ou os microfones. (COELHO, 2009, p. 75).

As fontes secundárias já se relacionam mais diretamente aos aspectos comerciais, pensando patrocinadores, direitos de imagem, propagandas.

2.1 Os esportes na TV

O jornalismo esportivo atual abre espaço em sua grade de programação para diferentes modalidades e não se restringe apenas a transmissão dos jogos. Foi na televisão que esse modelo de cobertura se consolidou, já que a nova tecnologia trouxe diversidade à programação. As imagens proporcionaram ao público uma emoção mais intensa do que a possibilitada pelo rádio e a posterior criação dos *videotapes* viabilizou o avanço das discussões pós-jogo, afirmando os programas de debate como base das programações esportivas.

Segundo Willian (2002), a TV Tupi, primeira emissora brasileira, já transmitia jogos de futebol realizados em São Paulo pouco tempo depois da sua inauguração. No entanto, as primeiras imagens ainda eram em preto e branco e a falta de profissionais preparados para lidar com a nova tecnologia também comprometia a qualidade da programação. Em 1953, foi criada a TV Record, que pertencia ao mesmo grupo que administrava a Rádio Panamericana, emissora que durante muitos anos foi especializada em coberturas esportivas. A chegada da nova emissora representou também a criação de novos programas, mas a falta de equipamentos de qualidade seguia dificultando as transmissões. Mas, com um pouco de imaginação, a televisão brasileira deu indícios de que poderia evoluir:

Quando dois times de camisa de cores fortes como Palmeiras (verde) e Portuguesa (vermelha) se enfrentavam, a transmissão em preto e branco tratava de tornar todos os uniformes absolutamente iguais. Na primeira partida entre os dois times pelo Campeonato Paulista, a Record conseguiu a mágica: a transmissão continuava em preto e branco, mas algum efeito, que ninguém sabia qual, permitia a identificação perfeita das duas equipes. Alguns técnicos da Tupi não aguentaram de curiosidade e ligaram para a Record. Tuta dava sempre a mesma resposta: usamos um filtro importado dos Estados Unidos, chamado “Triple Flex Clair”. O filtro, de nome pomposo, não passava de uma invenção de Tuta. Jamais existiu. O que o técnico usava podia ser comprado em qualquer loja de fundo de quintal: um filtro laranja, grudado na lente da câmera (GUERRA, 2006 *apud* OLIVEIRA, 2016).

Mesmo com dificuldades, a televisão foi se modernizando e, em 1965, surgiu a Rede Globo, atualmente a maior emissora da televisão brasileira. A Copa do Mundo de 1970 foi o primeiro grande evento esportivo transmitido pelo canal e se tornou um marco na consolidação das coberturas esportivas no país. Em campo, a Seleção Brasileira deu show, conquistando o seu terceiro título mundial e, pela primeira vez, os jogos foram transmitidos em cores e ao vivo para todo o Brasil.

A partir da década de 1980, o esporte se tornou ainda mais frequente na casa dos brasileiros. Neste período, a Bandeirantes também surgiu no cenário esportivo. A emissora se “intitulou o Canal do Esporte e transmitiu jogos com exclusividade em Campeonatos Brasileiros de 1986 a 1993” (COELHO, 2009, p. 64). Neste período os programas esportivos foram se afirmando nas programações das emissoras e passaram, inclusive, a abrir espaço para outros esportes e não somente o futebol. “De 1978 a 1997 ocorreu em todas as redes um crescimento quantitativo da oferta de programas esportivos, tanto de informações esportivas, como de transmissão de eventos. Essa oferta passou a 12,83% da programação, quando 20 anos antes, era apenas 5%” (CAPARELLI, 2004, P. 106).

Nos anos 1990, a Globo destacou-se no cenário nacional já que “conseguiu reunir a maior estrutura tanto em equipamentos como em profissionais e, através disso, passou a conquistar uma grande audiência do público [...]” (OLIVEIRA, 2016, p. 24). Coelho (2009, p.63-64) pontua que a emissora carioca é detentora dos direitos exclusivos de transmissão do Campeonato Brasileiro de futebol desde 1995 e que, de lá para cá, conquistou o monopólio das transmissões das mais diversas competições nacionais e internacionais⁴.

O jornalismo esportivo, antes menosprezado nas redações, tornou-se com o passar dos anos e principalmente após o advento da televisão no Brasil, peça importante na grade das emissoras: o esporte passou a ser utilizado como um “meio de comunicação de massa, com objetivo de unidade nacional” (PEREIRA, 1980, *apud* BRAVO, 2009). Essa junção entre a TV e o esporte se tornou uma das programações mais bem-sucedidas da história da imprensa. Conforme Caparelli:

Se alguma vez houve um casamento feito nos céus, foi entre a televisão e o esporte. O sucesso comercial de cada um deles era quase que diretamente atribuível ao outro. A proporção de esporte na tv aumentou desde a década de 1940 até hoje. Eles não só cresceram em escala e em popularidade, mas também foram modificados para um teatro virtual. E o esforço da tv para concentrar a atenção dos espectadores no esporte vendeu muito bem em termos de audiência. (CAPARELLI, 2004, p. 157).

⁴ O grupo Globo, detentor do direito de transmissão das competições nacionais, está sendo investigado desde 2017, pelo Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE) após denúncias de propina.

A consolidação do esporte na TV contribuiu para o surgimento dos canais especializados. O grande número de competições e modalidades e o crescente interesse do público foram fatores que levaram emissoras nacionais e estrangeiras a investirem na cobertura esportiva no Brasil. Neste contexto, a TV por assinatura obviamente valorizou ainda mais as transmissões esportivas. Segundo Coelho (2009), em 1992 a Globo criou seu primeiro canal por assinatura especializado em esportes: o SporTV. Em 1995, o principal concorrente do canal do grupo Globosat, o TVA Esportes mudou o seu nome para ESPN Brasil após uma sociedade firmada com o Grupo Disney, proprietário da marca esportiva americana ESPN. Anos mais tarde, Bandsports, Fox Sports e Esporte Interativo também se tornaram opções para os telespectadores brasileiros.

A programação esportiva na televisão brasileira, tanto na TV aberta quanto na TV por assinatura, apresenta uma diversidade de programas que não se restringe apenas a transmissão dos jogos. Neste sentido, os programas de debate tornaram-se fundamentais, já que repercutem aspectos de “dentro e fora do campo”. A mesa-redonda, como é conhecido o formato de debate tornou-se a “menina dos olhos” do jornalismo esportivo.

2.2 O debate esportivo

O formato de debate televisivo apresenta um espaço de articulação simbólica de interação entre a instância midiática e a instância telespectadora. No jornalismo esportivo, o debate é chamado de mesa-redonda: “discussão de temas por vários convidados, entrevistados, especialistas e comentaristas, mediado por um apresentador principal [...]” (ARONCHI DE SOUZA, 2004, p. 173). Atualmente as mesas-redondas são a base do jornalismo esportivo na televisão e possibilitam a repercussão dos jogos e a discussão dos temas do mundo do esporte.

Segundo Patrick Charadeau, o debate é constituído pelo apresentador, chamado por ele de animador, os convidados e o tema em discussão. O autor explica que “o animador representa a instância midiática. Desempenha necessariamente o papel de gestor da palavra”. (CHARADEAU, 2009, p. 219), ou seja, é ele quem irá administrar a discussão e conduzir o programa. O tema é a peça central do debate e sua escolha, segundo Charadeau (2009), determina um tipo de público, a natureza dos convidados e ainda influencia no modo de gestão do animador.

O primeiro programa de debate esportivo da TV brasileira estreou em 1963, chamado “Grande revista esportiva”. Anos mais tarde, o programa ganhou o patrocínio de uma empresa

que fabricava máquinas de escrever, a *Facit*. A partir daí a atração ganhou o nome de “Grande resenha Facit” e em 1966 migrou para a TV Globo, tornando-se o principal programa esportivo da TV brasileira na época, líder de audiência. A mesa-redonda era composta pelos jornalistas Armando Nogueira, Nelson Rodrigues, João Saldanha, José Maria Scassa, Hans Henningsen, Vitorino Vieira, e pelo ex-artilheiro Ademir. O programa, exibido nas noites de domingo, tinha como foco o futebol carioca e era apresentado pelo jornalista Luiz Mendes. A atração ficou no ar até o ano de 1971.

O sucesso do “Grande resenha Facit” abriu espaço para outros programas neste mesmo formato. Em 1970, estreou na TV Gazeta o “Mesa Redonda Esportiva”, um programa apresentado pelo jornalista Milton Peruzzi e que tinha como objetivo discutir sobre a seleção brasileira de futebol, que naquele mesmo ano disputaria a Copa do Mundo. Com um formato mais sereno e imparcial, características diferentes do “Grande Resenha Facit” onde os comentaristas assumiam suas paixões como torcedores, o programa da TV Gazeta tinha em sua bancada os jornalistas Zé Italiano, Pierão de Castro, Roberto Petri e Damo Pessoa. Em 1985, o debate ganhou o nome que se mantém até os dias de hoje: “Mesa Redonda Futebol Debate”. Com foco no futebol nacional, o programa vai ao ar atualmente todos os domingos.

Modelo consolidado nas programações esportivas, a mesa-redonda está presente na grade dos principais canais do país. No cenário atual destacam-se o “Bate-Bola” e o “Linha de Passe” (dos canais ESPN), o “Arena SporTV”, o “Bem, Amigos!”, o “Troca de Passes” e o “Redação SporTV” (do canal SporTV, do grupo Globosat), e o “Jogo Aberto” da TV Bandeirantes. O último programa, inclusive, é o único debate que conta com a presença diária de uma mulher: Renata Fan. A jornalista e ex-miss Brasil é apresentadora da atração desde 2007. A participação das mulheres no jornalismo esportivo será discutida no próximo capítulo deste estudo.

3. INSERÇÃO E ATUAÇÃO DA MULHER NO JORNALISMO ESPORTIVO TELEVISIVO BRASILEIRO

Mãe, esposa, dona-de-casa: por muito tempo estes foram os papéis sociais atribuídos às mulheres, que durante séculos foram dominadas social e financeiramente pelos homens – pais, esposos, patrões, senhores. Sem acesso à educação, eram excluídas da participação cívica e da possibilidade de assegurarem, por exemplo, a própria sobrevivência. Conforme pontua Louro (1997, p.17) essa invisibilidade feminina era “produzida a partir de múltiplos discursos que caracterizavam a esfera do privado, o mundo doméstico, como o ‘verdadeiro’ universo da mulher”.

Com o passar dos anos esse cenário foi se alterando. A modernização da sociedade brasileira, intensificada no início do século XX, representou uma oportunidade de crescimento do status feminino, na medida em que possibilitou o acesso à educação. Saber ler e escrever foi fundamental no processo de inserção das mulheres na sociedade. Elas entraram no mercado de trabalho e, gradativamente, ocuparam os escritórios, as lojas, hospitais e universidades, por exemplo. Para o movimento feminista, o trabalho é considerado como uma premissa fundamental para o fim da opressão. “O trabalho é, como era para o escravo de Hegel, o lugar onde imprimimos nossa marca, onde nossos desígnios são projetados no mundo. Negada essa expressão, as mulheres serão sempre ‘*sub-omens*’” (NYE, 1995, p. 109-110, grifo da autora).

No entanto, segundo Louro (1997, p. 17) “as atividades realizadas por mulheres eram quase sempre (como são ainda hoje, em grande parte), controladas e dirigidas por homens e geralmente representadas como secundárias”. Neste sentido, é pertinente dizer que as mulheres tiveram (e ainda têm) dificuldades para receber o mesmo reconhecimento que seus colegas de trabalho. É uma luta constante por igualdade de salários e de oportunidades.

No âmbito do jornalismo essas desigualdades também existem. As redações abriram suas portas para as mulheres tardiamente e, conforme afirma Kunczink (2002, *apud* RIGHI 2006), elas eram excluídas ou discriminadas de várias editorias, observando ainda que na maioria das vezes não eram contratadas por sua qualificação, mas por serem consideradas mão-de-obra barata. Acreditava-se também que certos temas eram mais “apropriados” ao gênero feminino, reforçando estereótipos e reduzindo o conhecimento das mulheres apenas aos assuntos domésticos e maternos:

[...] as mulheres entravam nas redações confirmando o seu papel feminino, ocupando espaço nos cadernos ou revistas femininas, nas seções de moda, de receitas culinárias,

de conselho sobre educação infantil e comportamento familiar, ou escrevendo crônicas e contos voltados para o público feminino. Os assuntos “sérios” eram reservados para os homens. (ABREU, 2006 *apud* AGUIAR, 2012).

No jornalismo esportivo, segmento historicamente tido como local de atuação masculina, observa-se uma luta árdua das mulheres para obterem espaço e alcançarem prestígio. Esse cenário era ainda mais desafiador até o início da década de 1970, período em que, segundo Coelho, “era quase impossível ver mulheres no esporte” (2003, p. 34). A exigência do diploma para o exercício da profissão de jornalista contribuiu para a mudança gradativa dessa realidade. Constatou-se que a partir da década de 1990 há um aumento do número de mulheres trabalhando com coberturas esportivas, tanto no jornalismo impresso, como no rádio e na TV. No entanto, o percentual de jornalistas nas redações ainda é expressamente inferior. De acordo com Stycer (2009, *apud* DANTAS, 2016) a estimativa da presença feminina nas redações atualmente é entre 30% e 40% nas principais publicações do Brasil. Mas no jornalismo esportivo a participação é bem inferior, apenas 10%. Segundo Coelho, a presença feminina nas redações de esporte já foi ainda mais contestada:

Isso já provocou mais preconceito no passado do que hoje em dia. Nos velhos tempos, o veterano repórter Oldemário Touguinhó, do *Jornal do Brasil*, telefonava para a redação durante as grandes coberturas e procurava o editor. Quando este indicava uma mulher para recolher o material que vez ou outra tinha de ser passado por telefone, Oldemário simplesmente se recusava a entregar seus relatos. (COELHO, 2003, p. 35).

As mulheres que se arriscam nesse campo enfrentam diariamente uma série de obstáculos, entre eles o machismo e a desconfiança. A presença feminina nas coberturas esportivas ainda causa certo estranhamento, como se as jornalistas estivessem representando um papel que não atende as expectativas, estivessem ocupando um lugar que não foi criado para elas. A construção dos papéis sociais está diretamente ligada a uma cultura institucionalizada na sociedade. Esses papéis são “padrões ou regras arbitrárias que uma sociedade estabelece para seus membros e que definem seus comportamentos, suas roupas, seus modos de se relacionar ou de se portar” (LOURO, 1997, p. 24). A autora explica que por meio do aprendizado dos papéis, cada um saberia o que é adequado e inadequado para um homem e para uma mulher.

Berger e Luckmann (1985) fundamentam que a construção desses papéis acontece no âmbito da coletividade, dentro de um contexto de conhecimento compartilhado. O sujeito, ao desempenhar o papel a ele atribuído, estaria concretamente ocupando uma posição na sociedade. “Ao desempenhar papéis, o indivíduo participa de um mundo social. Ao interiorizar

estes papéis, o mesmo mundo torna-se subjetivamente real para ele” (p. 103). Os papéis sociais, representam ainda, uma ordem institucional. Essa representação acontece em dois níveis. “Primeiramente a execução do papel representa a si mesma” (BERGER and LUCKMANN, 1985, p. 104), ou seja, ao realizar uma atividade esperada para determinada função, já se está representando tal papel. Cozinhar, por exemplo, pode ser considerado como uma representação do papel da mulher. “Em segundo lugar, o papel representa uma completa necessidade institucional de conduta” (BERGER and LUCKMANN, 1985, p.104). Os papéis, ditam, portanto, o que se espera do indivíduo, criando uma espécie de “roteiro de vivência em sociedade”. A grande questão, é que o papel social do homem, seu roteiro de ações, não restringe a atuação e a inserção masculina na sociedade. Há uma clara diferenciação dos papéis ligados a cada um dos sexos. Conforme pontua Nye (1995, p. 110), “um homem sente, desde o berço, que ‘sua vocação como ser humano’ não contradiz seu ‘destino como macho’. Sua sexualidade é congruente com sua transcendência. Isso não acontece a mulher”, destaca.

Sendo assim, pode-se afirmar que o estranhamento causado quando uma mulher se torna jornalista esportiva deve-se, primeiramente, ao rompimento das expectativas ligadas ao papel social da mulher e, nesse caso, as áreas de atuação profissional onde ela é bem vista. Ultrapassar esses limites é sinônimo de conflito. “Os conflitos de expectativa que ocorrem ‘dentro’ (aspas do autor) de certos papéis são chamados conflitos ‘intrapapéis’ (aspas do autor)”. (KUNCZIK, 2005 *apud* RIGHI, 2006).

Com base na teoria dos papéis sociais, faz-se possível também entender questões ligadas a representação social da mulher. Neste trabalho, entende-se o conceito de representação como uma forma de conhecimento social, “um saber do senso comum”, que ajuda a construir uma realidade conjunta. Neste sentido, a representação diz respeito a forma como o “ser mulher” é entendido e compartilhado socialmente. Segundo Jodelet (2001), essas representações sociais nos ajudam a interpretar o mundo, orientando e organizando as condutas e as relações. A autora destaca ainda que as representações intervêm “na difusão e assimilação dos conhecimentos, no desenvolvimento individual e coletivo, na definição das identidades pessoais e sociais, na expressão dos grupos e nas transformações sociais” (p. 05).

É importante considerar aqui, a construção social da identidade feminina, que irá caracterizar a mulher como sujeito e que, fundamentalmente, associa-se a sua representação. Segundo Vieira (2005, p. 09) “a identidade feminina é produto social e reflexo do olhar do outro. Importa, antes de tudo, como e de que modo o outro a vê e não apenas a imagem que ela tem de si mesma”. A autora afirma ainda, que a identidade feminina é definida pelo discurso

do seu interlocutor, no caso, o homem (p.05), ou seja, a identidade feminina tem como parâmetro a identidade masculina. “O sexo masculino é o responsável direto pela formação discursiva da identidade da mulher” (VIEIRA, 2005, p. 09). A lógica “o que é de mulher é justamente o que não é de homem” é, por exemplo, totalmente aplicável ao mundo dos esportes e ajuda a entender a ausência da mulher nesse meio.

A filósofa Judith Butler, em sua obra “Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade”, apresenta uma crítica importante aos limites impostos à construção da identidade feminina, afirmando que o “sujeito das mulheres” não pode ser compreendido como algo estável, permanente (2010, p. 18). Para a autora, a representação feminina não deve seguir o padrão, ou seja, aquilo que é considerado “de mulher”, mas sim, ponderar as habilidades e atividades desenvolvidas por cada sujeito.

É significativa a quantidade de material ensaístico que não só questiona a viabilidade do “sujeito” como candidato último à representação, ou mesmo à libertação, como indica que é muito pequena, afinal, a concordância quanto ao que constitui, ou deveria constituir, a categoria das mulheres. Os domínios da “representação” política e linguística estabeleceram a priori, o critério segundo o qual os próprios sujeitos são formados, com o resultado de a representação só se estender ao que pode ser reconhecido como sujeito. Em outras palavras, as qualificações do ser sujeito têm que ser atendidas para que a representação possa ser expandida. (BUTLER, 2010, p.18)

No domínio do jornalismo esportivo, o papel representado pela jornalista é tomado como exemplo pelo público, que passa a aceita-lo e impulsiona-lo. Por isso, ao mesmo tempo que essa representação pode gerar conflitos, ao romper com paradigmas, ela também constrói um lugar de fala para as mulheres que exercem essa profissão.

No entanto, a maioria das jornalistas que atuam em coberturas esportivas não desempenham as mesmas funções que os homens, além de frequentemente serem questionadas quanto a capacidade profissional. Enumeremos o número de locutoras esportivas que conhecemos e veremos que a mídia esportiva ainda pertence aos homens.

Pouquíssimas mulheres realmente podem exercer um cargo de comentarista (para emitir opiniões de verdade, não vomitar script), principalmente quando tem contato direto com o público. No futebol, então! Nós somos o país do futebol, porém julgamos as mulheres incompetentes no assunto. Muitas garotas já o praticam, mas falar sobre técnica e tática? Discutir se dá para a seleção jogar com dois centroavantes ou se meia é posição em extinção no Brasil? As entrelinhas do cinismo expressam o seguinte: Mulheres podem jogar, mas que não se profissionalizem nem tentem entender do assunto. Namorem jogadores, criem sites sobre galãs como Beckham e o Morientes, sejam assistentes de palco de programas (usem decotes) ou façam matérias de biquíni, mas, por favor, não se metam em território onde só os machos tem competência para opinar, gerir e praticar. (BESSA, 2006, *apud* RIGHI, 2006).

A perpetuação desse cenário contribuí, inevitavelmente, para a falta de credibilidade da mulher frente ao público e dentro das redações esportivas: ela continua sendo vista como inferior ao homem. Conforme pontua Simões (2004, apud RIGHI, 2006, p. 54) “os meios de comunicação podem não criar diretamente as representações sociais, mas auxiliam a acelerar ou afrouxar as mudanças nessas representações da sociedade”. Assim, ao promover a mulher no jornalismo esportivo apenas como apresentadora e não como comentarista, por exemplo, ampliam-se as distâncias e contribui-se para a desvalorização da mulher nessa área, já que ela continuará a não ser vista como legítima e qualificada para debater e elaborar conteúdo sobre esportes. Diante desse cenário, é possível perceber porque as representações sociais são tão importantes. Conforme Jodelet (2001, p.01), “elas nos guiam na maneira de nomear e definir em conjuntos os diferentes aspectos de nossa realidade cotidiana, na maneira de interpretá-los, estatuí-los e, se for o caso, de tomar uma posição a respeito e defende-la” e, acrescento, legitimá-la.

Além disso, a mulher comumente tem a sua imagem associada ao sexo, sendo classificada, analisada e mitificada pelos homens. Não é difícil encontrar casos em que os atributos físicos da jornalista foram mais valorizados do que a sua formação, sendo a beleza definida “como uma qualificação legítima e necessária para a ascensão de uma mulher ao poder” (WOLF, 1992, p. 35). A beleza como uma obrigação da mulher, um pré-requisito para a sua ascensão social contribui, inevitavelmente, para a sua invisibilidade e desvalorização, sendo ainda, usada como algo negativo após o envelhecimento, conforme explica Wolf:

As trabalhadoras mais emblemáticas do Ocidente continuavam visíveis se fossem “lindas”, mesmo que não realizassem bem o seu trabalho. Poderiam realizar um bom trabalho e serem “lindas”, portanto visíveis, mas sem receber nenhum crédito pela competência. Ou poderiam, ainda, ser competentes e “sem beleza”, portanto invisíveis, de tal forma que a competência de nada lhes valia. Num último caso, podiam ser tão competentes e bonitas quanto quisessem — por muito tempo — após o quê, ao envelhecerem, desapareceriam (WOLF, 1992, p. 45).

A beleza é usada ainda, como uma estratégia de socialização entre homens e mulheres. Pensando, por exemplo, que a maior parte da audiência de programações esportivas é masculina, a beleza da jornalista é colocada como um ponto importante no processo de fidelização do público. Segundo Righi:

Supondo que as paixões masculinas são a mulher e o futebol, como descrevem muitos cronistas e compositores brasileiros, colocar o sexo feminino nesse cenário seria uma forma de alcançar níveis mais altos de audiência. Porém, essa presença foi imposta visando o lucro e, muitas vezes, não é exercida por jornalistas, e quando é, elas nem

sequer exercem funções jornalísticas. Em alguns programas esportivos as mulheres são colocadas como parte do cenário, apenas lendo textos, tendo a beleza como característica obrigatória no currículo (RIGHI, 2006, p. 35).

Contudo, por mais que a beleza da mulher possa ser valorizada em um primeiro momento, para alcançar o sucesso é necessário “pensar como homem”. Nas coberturas esportivas por exemplo, as características femininas podem contribuir para a melhor aceitação do público, tornando a jornalista uma pessoa amável e amenizando “o fato desagradável de uma mulher assumir posição de autoridade em público” (WOLF, 1992, p. 44). Porém, para ser considerada uma figura legítima naquele meio, é preciso que essa mesma audiência identifique na profissional o conhecimento sobre esportes que naturalmente é creditado aos homens. “[...] A mulher tem que conviver com uma contradição, pois para ser respeitada, deve pensar, agir e trabalhar ‘como homem’, mas para ser ‘amada’ tem que se manter feminina, delicada, atenciosa, enfim, possuir predicados que desde a Antiguidade são atribuídos à mulher”. (ANDRADE, 2010, apud SANTOS, 2012).

Para pensar a atuação das jornalistas nas coberturas esportivas, faz-se necessário entender também um problema ligado à representatividade das mulheres nos esportes no Brasil. Além de terem sido excluídas das práticas esportivas durante décadas, até mesmo nas escolas, as mulheres não são reconhecidas no meio esportivo. Goellner (2005, *apud* SANTOS, 2012) realça as desigualdades de gênero existentes no esporte nacional: “foram e são distintos os incentivos, os apoios, as visibilidades, as oportunidades e as relações de poder, conferidos a mulheres e homens, seja no âmbito da participação, seja na gestão e administração” (p.26).

Na mídia, as mulheres não são protagonistas, o que impacta também no interesse do público. Seja nos campos, nas quadras ou nas piscinas, o esporte feminino não é destaque, não é valorizado e nem incentivado, como explica Antônio Carlos Simões:

Nessas circunstâncias, as provas e os jogos femininos são escalados para preencher lacunas da programação das emissoras de rádio e de televisão. Os noticiários esportivos são ocupados quase que totalmente, com informações desprovidas de conteúdo, que analisam banalidades das sessões de treinamento dos esportes masculinos, desconsiderando notícias relevantes da participação da mulher em competições de nível internacional. (SIMÕES, 2004, *apud* RIGHI, 2006, p. 30).

Uma pesquisa⁵, realizada em 2016 por alunos de graduação em Jornalismo da Faculdade Cásper Líbero e apresentada no XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação,

⁵ Trabalho apresentado na Divisão Temática Jornalismo, da Intercom Júnior – XII Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado em 2016, na cidade de São Paulo.

mostra a diferença no espaço dedicado as competições masculinas e femininas em dois canais de TV por assinatura transmitidos no Brasil: SporTV e ESPN. A programação de ambos os canais foi analisada durante oito dias (entre 31 de maio e 07 de junho de 2016) totalizando 72 horas de exibição. O SporTV dedicou 73,6% da sua programação a conteúdos de esportes masculinos, o que equivale a 53 horas de exibição, contra 19 horas de transmissão de esportes femininos. Na ESPN, 57 horas e 30 minutos de exibição foram destinados a conteúdos de esportes masculinos, o que diz respeito a 80% da programação. Os dados confirmam o poder da mídia em perpetuar cenários de desigualdade de gênero “A mídia faz mais do que criar imagens paralelas de homens e mulheres. Cria e enfatiza imagens de diferenças entre gêneros que, como no esporte, operam um importante papel na perpetuação da existência do relacionamento patriarcal” (ROMERO, 2004, p. 107).

A forma como atletas homens e mulheres são expostos na mídia também é alvo de críticas, visto que no caso dos homens, valorizam-se as conquistas, os recordes e as habilidades esportivas; em contrapartida, nas mulheres o corpo é o que ganha mais atenção, contribuindo para a sexualização e objetificação da mulher também no esporte.

Ao dar cobertura significativamente maior à aparência física e ao comportamento feminino, frequentemente comparando seu desempenho com o dos atletas do sexo masculino, a mídia constrói o esporte a partir da diferença entre gêneros e a hierarquia dos sexos. Em outras palavras, a mulher pode ser uma atleta, mas, primariamente, é uma fêmea, e mesmo as melhores fêmeas nunca podem superar os melhores machos. (ROMERO, 2004, p. 107)

Percebe-se, portanto, uma intervenção direta da mídia nas interações que contribuem para um consenso do papel da mulher dentro do jornalismo esportivo e no mundo dos esportes em geral. É importante entender que a forma como a mulher aparece em um debate esportivo na televisão por exemplo, transmite uma linguagem e está carregada de representações, que vão, inevitavelmente:

Incidir sob aspectos estruturais e formais do pensamento social, visto que engaja os processos de interação social, influência, consenso, dissenso e polêmica. Enfim, a comunicação concorre para forjar representações que, apoiadas numa energética social, são pertinentes à vida prática e afetiva dos grupos. Energética e pertinência sociais que consideram, ao lado do poder de desempenho das palavras e discursos, a força pela qual as representações inauguram as versões de realidade, comuns e partilhadas. (JODELET, 2001, p. 13)

Ponderar sobre a mulher no meio esportivo, tanto como jornalista, quanto como atleta, nos leva a pensar o esporte como poderosa ferramenta de representação simbólica do machismo

e das desigualdades de gênero. A desvalorização das competições femininas, os obstáculos frente à inserção das mulheres nas redações esportivas e os diferentes tipos de preconceito e assédio moral sofridos diariamente, são também reforçados pelo esporte, na medida em que ele acentua a superioridade masculina. O mundo dos esportes é também “um terreno fértil da produção social da masculinidade, levando-nos a inferir que é um mecanismo importante que produz e reproduz, de forma aparentemente natural, dois gêneros opostos, mutuamente exclusivos” (ALONSO, 2004, p.95)

Diante desse cenário, verificar o papel e o discurso construído pelas mulheres dentro do jornalismo esportivo é o objetivo deste estudo. Para alcançar tal finalidade, será utilizado como objeto de análise o programa *Olhar ESPNW*, conforme detalhado no próximo capítulo.

4. RECORTE EMPÍRICO E INDICAÇÃO DE MÉTODO UTILIZADO

O programa *Olhar espnW* estreou no dia 14 de setembro de 2016, no canal ESPN+, da rede de TV por assinatura americana ESPN (*Entertainment and Sports Programming Network*). Os canais ESPN se dedicam à transmissão e produção de programas esportivos e estão disponíveis em mais de 150 países. A ESPN chegou ao Brasil em 1995. O *Olhar espnW*, que se referencia como o espaço da mulher no mundo e nos esportes, é o primeiro programa da história do veículo voltado para o público feminino, produzido e apresentado por mulheres e “trata de diferentes temas relevantes ao cotidiano daquelas que são esposas, mães, filhas, trabalhadoras, donas de casa, atletas, ou não, sempre ilustrados ou complementados por um vídeo” (Portal espnW). O nome *Olhar espnW*, relaciona o nome do canal com a proposta de debater esporte através de um olhar diferenciado, nesse caso o olhar feminino, representado pela letra W (*woman* = mulher).

A atração vai ao encontro de uma tendência que já vem há alguns anos alterando as estratégias dos canais esportivos: o aumento do interesse das mulheres por jogos e programas de debate sobre esportes em geral. De acordo com o relatório do estudo “Mulheres e Esportes”, do Ibope Repucom (2015), realizado em 24 países das Américas, da Europa e da Ásia, apesar dos homens ainda serem o principal público dos esportes, o interesse feminino pelo tema vem crescendo. O estudo aponta que 43% das mulheres participantes disseram ter interesses pelos esportes, contra 69% dos homens. O levantamento destaca ainda, que entre as mulheres mais jovens (com idade até 50 anos), o entusiasmo é maior: 48% das entrevistadas disseram ter muito interesse ou interesse por assuntos esportivos.

Com exibição semanal (quartas-feiras) e duração de trinta minutos (19h30 às 20h), o *Olhar espnW*, aborda assuntos do universo feminino a partir de uma lógica relacionada ao mundo esportivo. O programa é apresentado pela jornalista Marcela Rafael e pela ex-nadadora e comentarista dos canais ESPN Flávia Delaroli. A escolha das apresentadoras garante ao público um debate amplo e com duas visões do esporte que partem de experiências diferentes, no entanto, complementares. Marcela Rafael é contratada dos canais ESPN desde 2011 e já atuou como repórter e como apresentadora em diversos programas da emissora, além de já ter trabalhado com conteúdo esportivo na Rede Globo e no SBT. Já Flávia Delaroli é uma ex-nadadora, medalhista mundial e pan-americana. A ex-atleta disputou as Olimpíadas de Atenas em 2004 e de Pequim em 2008 e chegou aos canais ESPN justamente para atuar como comentarista durante os Jogos Olímpicos Rio 2016. Cada programa recebe ainda dois convidados ligados ao tema em discussão.

A atração, que já está em sua terceira temporada⁶, é exibida ao vivo também pelo WatchESPN, plataforma de TV online da emissora. O programa é dividido em dois blocos. No primeiro, as apresentadoras indicam o tema, apresentam os (as) convidados (as) (com um breve currículo de suas carreiras), exibem um vídeo (veiculado na internet) sobre o debate em questão e dão início ao bate papo. O segundo bloco é inteiramente destinado ao debate entre os (as) convidados (as) e as apresentadoras. Ao final, é exibida uma mensagem motivacional. No programa exibido no dia oito de março de 2017 (dia internacional da mulher), discutiu-se a participação da mulher no MMA, modalidade esportiva que reúne diversos tipos de lutas e que, culturalmente, é considerada ideal para os homens. Ao final desse programa exibiu-se a frase “as pessoas não carecem de força, carecem de determinação”⁷. Essas frases são escolhidas de acordo com o tema discutido na semana e buscam levar o espectador à reflexão. Além disso, por se tratar de um programa voltado para as mulheres, historicamente um público menos inserido no mundo esportivo, a mensagem exibida ao fim do episódio busca também incentivar a prática e o debate entre o público feminino.

Por se tratar de um programa televisivo e, portanto, audiovisual, o *Olhar espnW* agrega características visuais e sonoras fundamentais para a construção do discurso do programa. Segundo Elizabeth Bastos Duarte:

Normalmente, o conteúdo dos textos midiáticos - fílmicos, televisivos, videográficos - expressa-se simultaneamente através de diferentes tipos de linguagens sonoras e visuais, articuladas em função dos modos de contar a narrativa, adequando-se às estratégias discursivas e mecanismos expressivos apropriados à mídia empregada, selecionados dentre um arsenal de procedimentos disponíveis com vistas a impor ao receptor sua interpretação dos acontecimentos representado. (DUARTE, 2004, p. 22)

O cenário do *Olhar espnW* apresenta-se como um espaço ideal para uma conversa: quatro cadeiras dispostas em semicírculo, um telão ao fundo com o nome do programa e ao redor, imagens de mulheres praticando exercícios físicos. Observa-se o predomínio dos tons de vermelho.

⁶ A terceira temporada do *Olhar espnW* estreou em outubro de 2017.

⁷ Frase de autoria do poeta e romancista francês do século XIX Victor-Marie Hugo.



Imagem 2. Programa Olhar espnW

Fonte: Plataforma WatchESPN

A movimentação da câmera também tem seu papel dentro da ideia de “bate-papo” proposta pelo programa, principalmente levando em consideração que “[...] os planos e movimentos da câmera, articulados ao texto verbal, funcionam como profícuas estratégias discursivas para os atos comunicacionais” (GUTMANN, 2014, p. 143). Durante a exibição, há uma alternância entre planos gerais, planos americanos e uso do *zoom*. No início e no fim do programa há um predomínio de imagens em plano geral, mostrando todo o cenário e as pessoas que ali estão presentes. “Ao representar o fato a partir de uma conversa, abre-se espaço para a subjetivação, ou seja, a troca dialógica permite que os mediadores se apresentem enquanto *personas*. O plano geral do estúdio reforça esse lugar ao inserir os sujeitos de fala num mesmo espaço visual que permite a conformação do diálogo” (GUTMANN, 2014, p. 159, grifo da autora).

No decorrer do programa, há o uso de plano americano, dando ênfase ao indivíduo que naquele momento está expondo a sua opinião, ou seja, se posicionando dentro do diálogo. Nesse plano, cujo o enquadramento pode ser mais próximo, entre a cintura e o busto, o telespectador tem um contato mais direto com aquele que fala, o que intensifica as trocas comunicativas dentro do programa. Em alguns momentos, explora-se também o uso de imagens em primeiro plano. Geralmente esse recurso é utilizado quando o comentarista está reforçando alguma ideia ou fazendo um relato pessoal e busca chamar “a audiência para compartilhar de um mesmo sentido sobre o fato [...]” (GUTMANN, 2014, p. 145). Já o *zoom* é mais utilizado na passagem de bloco e “produz efeitos de aproximação e distanciamento transitórios [...]” (GUTMANN, 2014, 148). De maneira geral, os deslocamentos de câmera atuam como estratégia de movimentação dos sujeitos do discurso e participam ativamente da construção de sentidos dentro da narrativa proposta.

As movimentações de câmera também são importantes modalizadores de situações de conversas conformadas no tempo vivido conjuntamente entre apresentação e recepção, quando promovem deslocamentos de olhar para os diversos lugares de cena, produzindo aproximações e deslocamentos do outro no discurso. (GUTMANN, 2014, p. 147).

No caso dos recursos sonoros, a trilha utilizada na abertura e encerramento do *Olhar espnW* tem papel fundamental no processo de reconhecimento do programa por parte da audiência, assim como afirma Gutmann (2014, p. 86), “as vinhetas sonoras relacionam-se mais diretamente à identidade do produto televisivo, operando no vínculo entre a audiência e um determinado programa [...]”. A trilha, que é apenas instrumental, ao ser associada com as imagens de mulheres praticando esportes, confere ritmo e dinâmica à vinheta de abertura.

Os assuntos abordados no *Olhar espnW* reverberam aspectos do cotidiano da mulher, na medida em que possuem o esporte como eixo temático: “tudo com um olhar feminino e tendo o esporte como pano de fundo”⁸. Os temas são diversos e promovem discussões ligadas à saúde, comportamento e bem-estar, por exemplo. Faz-se relevante destacar ainda que alguns temas associam o esporte a assuntos considerados “de mulher” como maternidade e moda, por exemplo. Outros já articulam uma discussão que geralmente não ganha visibilidade em programas esportivos apresentados por homens, como assédio e diversidade sexual.

A escolha das convidadas, que ao lado das apresentadoras irão construir a narrativa do programa, também se constitui como uma característica importante do programa. Segundo Gutmann:

As performances da figura do comentarista também são entendidas enquanto estratégias de certificação do dito [...]. Esse terceiro ator do discurso coloca-se como um observador privilegiado da realidade que, pela sua trajetória numa determinada área (economia, política, esporte, saúde, etc) convoca reconhecimento e adesão por parte do espectador. (GUTMANN, 2014, p. 79).

De todas as exibições analisadas (setembro de 2015 a junho de 2016) em apenas seis delas um homem esteve entre os convidados do bate-papo. O *Olhar espnW* busca, assim como alcançar o público feminino, abrir espaço para as mulheres no jornalismo esportivo. A proposta não é apenas “falar para as mulheres”, mas também “dar voz a elas”. As convidadas geralmente são ex-atletas, comentaristas esportivas, ou profissionais ligadas ao tema em discussão no programa. A escolha de quem deve participar da atração está diretamente ligada a necessidade

⁸ Vídeo promocional do programa *Olhar espnW*. Disponível em: <<https://www.facebook.com/mundoespn/videos/10153821486356408/>>. Acesso em 30 de junho de 2017.

de representatividade feminina dentro do programa. O *Olhar espnW* se apresenta como um espaço aberto ao público feminino, onde é possível discutir temas relacionados ao mundo dos esportes. Entender como o programa *Olhar espnW* é veiculado na mídia (tanto na programação dos próprios canais ESPN, como na mídia externa) também se faz necessário para alcançar os objetivos propostos nesse estudo, já que é possível reunir informações importantes sobre o programa analisando aquilo que se diz sobre ele, conforme Jost:

Todos os documentos não estão necessariamente no programa; eles podem se encontrar antes ou em torno. Isso quer dizer, que, quando se estuda um programa de televisão, não se deve ficar restrito apenas à consideração do próprio programa, mas tem-se de estudar o que se fala a seu respeito, como se fala dele e o que se diz. (JOST, 2004, p. 18)

Apesar do programa ser destinado ao público feminino, os anunciantes são de diferentes segmentos. A maior parte deles é patrocinador de um esporte ou campeonato específico, como é o caso do Posto Ipiranga e da Samsung (patrocinadores de campeonatos de futebol). O intervalo comercial conta ainda com diversas chamadas da programação do próprio canal. Durante a exibição do programa, as telespectadoras podem repercutir os assuntos debatidos nas redes sociais por meio da *hashtag* #olharESPNW. Assim, o público do programa pode interagir e acompanhar as apresentadoras e as convidadas da atração, além de sugerir temas para as próximas semanas.

Os canais ESPN inauguraram em 2016 um projeto pioneiro no Brasil e que seria mais tarde fundamental para a criação do *Olhar espnW*, trata-se do Portal ESPN W⁹. Lançada no dia oito de março (dia internacional da mulher), a plataforma tem como objetivo fomentar o esporte feminino brasileiro e atender o crescente interesse das mulheres por esportes. No portal, é possível encontrar artigos, matérias, entrevistas e conteúdos multimídia sobre o universo esportivo em geral, integrando diversas modalidades como vôlei, tênis, handebol, natação, judô, *Crossfit*, entre outras. A plataforma divide-se em quatro sub-portais: notícias, *lifestyle*, especiais e blogs. A equipe de produção de conteúdo conta com mulheres ligadas ao mundo esportivo em diferentes aspectos, como medicina, nutrição e preparação física, além de ex-atletas e jornalistas. Elas contam sobre a sua relação com o esporte em meio aos variados compromissos do dia-a-dia, onde também são mães, filhas, esposas e etc.

⁹ Disponível em: <<http://espnw.espn.uol.com.br/>>

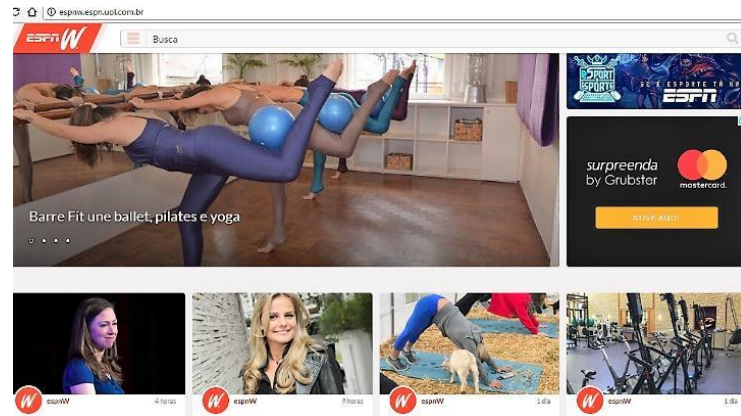


Imagem 3. Portal ESPNW

Fonte: espnw.espn.uol.com.br

A preocupação em ter um espaço dedicado ao público feminino amante dos esportes estende-se também as redes sociais. Nesse sentido, existem perfis do ESPNW Brasil no Facebook¹⁰ e no Twitter¹¹, onde são publicados textos do portal e também vídeos e enquetes referentes ao programa *Olhar espnW*.

A audiência de um programa de TV começa a ser construída antes mesmo dele ir ao ar, papel que também é executado pela publicidade. “Toda vez que uma emissora de televisão lança um produto novo, ela reserva um espaço à sua promoção, no interior de sua própria programação e mesmo em outros meios de comunicação da própria rede ou não - jornais, revistas, sites - para sua divulgação”. (DUARTE, 2004, p. 47). As chamadas de divulgação do programa, veiculadas dentro da programação da emissora e também nas redes sociais, reverberam a ideia de um programa inovador, que promove um debate sobre esportes voltado para um público que historicamente nunca foi alvo desse tipo de discussão: as mulheres. Em um desses vídeos promocionais¹², a apresentadora Marcela Rafael diz: “esse é o nosso espaço recém-inaugurado para o bate-papo semanal do espnW, o portal da mulher no esporte. Aqui a gente vai conversar sempre sobre um tema atual e de repercussão: comportamento, saúde, bem-estar, inspirações, polêmicas, e você também terá muita informação aqui no nosso programa”. (MUNDO ESPN, 2016). Com esse discurso, a atração convida o público a conhecer e participar desse espaço, ao mesmo tempo em que oferece a audiência a chance de fiscalizar se o que foi “prometido” foi de fato realizado.

¹⁰ Disponível em: <<https://www.facebook.com/espnwbrasil>>

¹¹ Disponível em: <<https://twitter.com/espnWBrasil>>

¹² Disponível em <<https://www.facebook.com/mundoespn/videos/10153821486356408/>>. Acesso em 30 de junho de 2017.

Assim, o telespectador é convidado a participar de um contrato comunicativo que lhe designa diferentes funções, dentre elas a de ser testemunha de uma promessa, aferidor de seu cumprimento. E que promessa é essa? A de oferta de um produto com determinados atributos, os por ela anunciados. E o desejo de conferir essa coincidência entre o prometido e o verdadeiramente ofertado certamente mobiliza o telespectador. (DUARTE, 2004, p.49)

4.1 *Corpus de Análise*

Ao analisar as exibições do *Olhar espnW*, percebe-se que os temas abordados pelo programa debatem diferentes aspectos da vida feminina. No decorrer da discussão, tais aspectos são relacionados ao esporte (as convidadas do programa inclusive, costumam ter a sua área de especialidade ligada ao mundo esportivo ou, em alguns casos, estão diretamente inseridas nele, como atletas, ex-atletas e treinadoras). Observa-se ainda, que os assuntos debatidos abrangem questões ligadas por exemplo, à saúde, alimentação, carreira, comportamento e que, por mais que o tema principal seja renovado a cada semana, essas questões se repetem em várias exibições.

Para este trabalho foram selecionados cinco episódios, exibidos entre setembro de 2016 e junho de 2017. Todas as edições escolhidas estão disponíveis na plataforma online da emissora e se apresentam na íntegra.

Durante o bate-papo proposto pelo programa, são traçadas “imagens” da mulher. Essas imagens refletem a forma como elas são vistas. Ao mesmo tempo, são reveladas várias inquietações com relação à normas e padrões sociais. Sendo assim, o *corpus* para análise foi definido seguindo a lógica de representação do universo feminino proposta pelo programa.

As edições serão analisadas segundo o conteúdo que reverberam. Desta forma, a análise irá considerar a produção de sentidos dentro do programa *Olhar espnW* e o “lugar de fala” ocupado por suas interlocutoras, ou seja, o lugar onde o discurso por elas articulado se constitui como coerente, como explica José Luiz Braga:

A estruturação interna da fala decorre da construção de uma determinada “lógica”, no trato de uma situação concreta. Essa lógica, enquanto articulação entre fala, textos disponíveis e situação, pode ser chamada de “lugar de fala”. Vista *deste* lugar, a fala faz sentido e se articula com os dados materiais da situação e a intextualidade disponível. A questão básica para este tipo de estudo, seria então, a de observar que lógica é essa, ou seja, em que lugar a fala faz sentido - ou ainda, que “coerência” entre fala e situação, estrutura esse conjunto de tal forma que, por sua inserção em tal estrutura, a fala tenha sentido. (BRAGA, 2002, p. 163).

Compreender as especificidades desse contexto dentro do programa *Olhar espnW* é necessário para poder analisar o lugar que as mulheres ocupam dentro da sua narrativa.

Conforme pontua Braga (2000, p. 180), perceber esse lugar de fala é “interpretar o que o texto pretende construir - ou que lugar o texto constrói para daí dizer a situação”. Assim será possível compreender quais são as representações do universo feminino propostas pelo discurso do programa e o que elas significam levando em consideração a legitimidade conferida as mulheres dentro do jornalismo esportivo.

4.1.1 *Olhar espnW* exibido no dia 14 de setembro de 2016

Na edição de estreia, o tema discutido foi a longevidade da mulher no esporte. Como convidadas, estiveram presentes a nadadora e atleta olímpica, Poliana Okimoto e a Ginecologista, especializada em esporte e que integrou a equipe brasileira durante os Jogos Olímpicos Rio 2016, Tathiana Parmigiano. A discussão começa sempre com um vídeo, exibido no início do programa. Neste episódio, o vídeo mostra uma bailarina de 62 anos dançando, enquanto imagens projetadas a retratam fazendo os mesmos movimentos, aos 18 anos. Percebe-se que a bailarina “atual”, mais velha, executa com a mesma perfeição os movimentos que a sua “versão mais nova” consegue fazer e, por vezes, demonstra mais desprendimento e coragem. Em seguida, a frase “pronta para mais” encerra o vídeo.

Os principais aspectos discutidos nesse episódio são: 1) Por quanto tempo uma atleta consegue competir em alto rendimento? 2) Quais são as barreiras que limitam a longevidade da mulher no esporte? A situação recente, vivida pela nadadora Poliana Okimoto é o ponto chave do debate. Atualmente com 34 anos, ela foi considerada velha para representar o Brasil nas provas de maratona aquática nos jogos Olímpicos Rio 2016. Na ocasião, a atleta tinha 33 anos.

Poliana Okimoto conta que recebeu duras críticas antes e durante a competição e que toda a sua carreira e bons resultados foram completamente ignorados por ela ser uma atleta “depois dos 30”. Ela afirma:

Poliana Okimoto: É muito difícil ouvir de fora que você já está velha, que não nada mais em alto nível. É difícil abstrair e seguir com a sua personalidade e dizer “eu não me sinto velha, me sinto bem” e “vou seguir com meu trabalho”. (POLIANA OKIMOTO, *Olhar espnW*, 14 de setembro de 2016).

Apesar da falta de incentivo, Poliana Okimoto garantiu a medalha de bronze e se tornou a primeira mulher brasileira a conquistar uma medalha olímpica na modalidade. Esse feito, durante todo o programa, é tratado como “dar a volta por cima”, superação da atleta que conseguiu um bom resultado apesar da idade e mostrou que a experiência também vale muito na competição.

A especialização do esporte para a mulher foi outro aspecto abordado. A ginecologista Tathiana Parmigiano explicou que diversos fatores fisiológicos do corpo feminino influenciam diretamente no rendimento das atletas, como por exemplo, o ciclo menstrual e por isso é tão importante não só o acompanhamento médico durante as competições, mas também que os treinadores conheçam e se adaptem as características do corpo da atleta, visando treinos mais efetivos e melhora dos resultados. Nesse momento, a nadadora Poliana Okimoto contou que, por ser treinada pelo próprio marido, é mais fácil adaptar a rotina de atleta aos “momentos do seu corpo”.

Outra questão discutida foi o dilema vivido por muitas mulheres: interromper ou não a carreira para ser mãe. Poliana Okimoto, que é já casada há vários anos e ainda não teve filhos, conta que é constantemente indagada sobre o assunto, inclusive pelos familiares. Nesse momento, percebe-se um nítido constrangimento da atleta, que parece estar saturada de ter que lidar com esses questionamentos.

Poliana Okimoto: Tem mesmo essa imposição social. As pessoas comentam: “Ah, já passou dos 30, já é casada há mais de 10 anos e ainda não tem filhos?”. E mais difícil que responder, é explicar para a família, para os amigos, que a maternidade não é sua prioridade. (POLIANA OKIMOTO, *Olhar espnW*, 14 de setembro de 2016).

Outros pontos debatidos durante o programa foram se existe ou não uma idade “máxima” pré-definida para a carreira da atleta, se a longevidade é a mesma para homens e mulheres e, nesse caso, se as cobranças e incentivos também são os mesmos. Além disso, as apresentadoras e convidadas conversaram sobre a forma como cada mulher lida com o envelhecimento e se a experiência adquirida ao longo dos anos é bem vista no esporte, assim como é em algumas profissões.

4.1.2 *Olhar espnW* exibido no dia 05 de outubro de 2016

Mudança de carreira foi o tema deste episódio. Como convidadas, mulheres que trocaram bem-sucedidas profissões pela carreira esportiva: Beatriz Ferragi, ex-advogada e atleta de *mountain bike* e Ariane Monticeli, ex-comissária de bordo e triatleta. Como de costume, foi exibido um vídeo no início do programa, que abre o debate entre apresentadoras e convidadas. Neste dia, o vídeo mostrou diferentes mulheres superando seus medos e arriscando fazer algo que, até então, parecia impossível, transmitindo um sentimento de coragem e determinação para quem assiste.

“Por que trocar uma carreira estável para viver de esporte?” essa é a principal pergunta do programa. As justificativas e motivações, coincidentemente, são semelhantes. Beatriz Ferragi e Ariane Monticeli sentiam-se frustradas e insatisfeitas como profissionais e viram no esporte uma oportunidade de recomeço. Além disso, ambas já praticavam suas respectivas modalidades antes de se tornarem atletas profissionais e desejavam disputar campeonatos. Neste sentido, a dificuldade em conciliar a rotina de treinamentos com a carga horária das profissões foi apontada como o principal motivo da mudança de carreira.

À medida em que as convidadas explicavam o processo de transição e adaptação ao mundo esportivo, vários pontos foram discutidos. Uma questão interessante, é que tanto Beatriz Ferragi, como Ariane Monticeli, são atletas de modalidades que exigem bastante força, destreza e coragem, *mountain bike* e *triatlo*, respectivamente. A escolha das convidadas, portanto, revela uma intenção do programa: desconstruir a ideia da mulher como sexo frágil. Ariane Monticeli, vencedora e recordista sul-americana de *Ironman*, prova que alia 3,8km de natação, 180km de ciclismo e 42km de corrida, sem interrupção entre as modalidades, afirma:

Ariane Monticeli: Eu nasci para isso! Para fazer força, para treinar o dia todo. Eu gosto. É o que me dá prazer! (ARIANE MONTICELI, *Olhar espnW*, 05 de outubro de 2016).

As convidadas relataram as dificuldades enfrentadas para seguir na nova profissão, principalmente no âmbito financeiro, visto que suas antigas ocupações eram bem mais rentáveis. Ariane Monticeli afirma:

Ariane Monticeli: Não foi fácil. Eu tive que mudar toda a minha vida. Tive que alugar meu apartamento, morar em um lugar mais barato, menor e com menos conforto. Passei por dificuldades com contas. Os patrocínios não são altos e, na maioria das vezes, são insuficientes. (ARIANE MONTICELI, *Olhar espnW*, 05 de outubro de 2016).

Essa afirmação evidencia um cenário que se perpetua há anos: a falta de patrocínio e incentivo ao esporte feminino, além da desigualdade de gênero no mercado de trabalho. Texto publicado em 2016¹³, pela web revista Gênero e Número, revelou dados preocupantes. A Copa do Mundo de futebol masculino em 2014, somou US\$ 529 milhões em investimentos privados. O mundial feminino, realizado no ano seguinte conseguiu apenas US\$ 17 milhões. Ainda sobre a Copa do Mundo, a seleção masculina alemã arrecadou US\$ 35 milhões após ser campeã em

¹³ As informações não foram apresentadas durante o programa, mas sim coletadas pela autora desse estudo visando o fomento da discussão. Texto publicado na web revista Gênero e Número, uma iniciativa de jornalismo de dados incubada pela Agência Pública em 2016. Disponível em: < <http://www.generonumero.media/mulheres-recebem-menos-na-maioria-dos-esportes>>.

2014, já a equipe feminina dos Estados Unidos recebeu apenas US\$ 2 milhões ao vencer a Copa do Mundo de 2015. A diferença de salários também é alarmante. Entre os 25 atletas mais bem pagos de 2017¹⁴ não há nenhuma mulher.

A aceitação da família e dos companheiros frente à decisão das atletas foi um aspecto bastante debatido. Beatriz Ferragi afirmou que seus pais não apoiaram a mudança e até hoje não aceitam com naturalidade o fato dela ser uma atleta de *mountain bike*, uma modalidade que, para muitos, é “coisa de homem”.

Beatriz Ferragi: Eu tive uma educação extremamente clássica, meus pais são pessoas extremamente intelectuais, eles tinham uma expectativa muito grande com a minha carreira de advogada. Para eles ainda é muito chocante, não se conformam, ainda tem a cabeça fechada para o esporte e eu fico chateada com isso. Hoje eles acham: “legal, ganhou o Campeonato Brasileiro” (ao dizer isso, Beatriz fala em voz baixa e em tom de desconfiança, mostrando a dificuldade e o preconceito do seus pais ao lidarem com o assunto). (BEATRIZ FERRAGI, *Olhar espnW*, 05 de outubro de 2016).

Já a convidada Ariane Monticeli relatou que seus pais nunca questionaram sua decisão, ofereceram apoio e entenderam que a mudança seria positiva. Vale destacar que a dificuldade dos pais de Beatriz Ferragi não causou surpresa ou estranhamento nas apresentadoras, sendo tratada como uma situação compreensível. Entretanto, a aceitação natural dos pais de Ariane Monticeli foi vista como algo inesperado, diferente.

O programa discutiu ainda o fato da mulher comumente ter mais dificuldades para fazer grandes mudanças, isso porque os homens são incentivados, desde crianças, a serem corajosos, aventureiros, enquanto as mulheres são criadas, em sua maioria, para serem mais caseiras, executarem tarefas domésticas, a ficarem mais próximas dos maridos e filhos.

Em determinado momento do programa, uma brincadeira da apresentadora Flávia Delaroli causou constrangimento. Ela falou sobre as unhas do pé da convidada Ariane Monticeli, que estavam sem esmalte e machucadas. A atleta rapidamente tentou esconder o pé, com vergonha, e justificou que o aspecto “feio” era resultado dos treinos intensos. Todas riram, mas o desconforto foi evidente. Nesse cenário, cabem algumas considerações: 1) provavelmente essa observação não teria ocorrido se fosse um atleta; 2) o comentário só “faz sentido” porque se trata de uma mulher, ou seja, estar com as unhas sempre impecáveis é tratado como algo natural da rotina feminina.

¹⁴ As informações não foram apresentadas durante o programa, mas sim coletadas pela autora desse estudo visando o fomento da discussão. Dados da Revista Americana Forbes. Disponível em: <<http://forbes.uol.com.br/listas/2017/06/25-atletas-mais-bem-pagos-de-2017>>.

4.1.3 *Olhar espnW* exibido no dia 15 de março de 2017

Nesta edição, o programa contou a história e ressaltou a importância das mulheres precursoras, aquelas que, segundo o *Olhar espnW*, “quebraram barreiras e se destacaram em suas escolhas”. As convidadas foram a jornalista Regiani Ritter e a atriz e piloto Suzane Carvalho, campeã Brasileira de diversas categorias do automobilismo. O vídeo de abertura mostrou a desconfiança de dois homens ao descobrirem que vão entrar em um carro dirigido por uma mulher e, mais tarde, a surpresa deles ao perceber a quão boa motorista ela era.

A questão dos papéis sociais e, portanto, dos diversos estereótipos presentes em nossa sociedade, logo foi discutida entre as apresentadoras e as convidadas. Regiani e Suzane escolheram profissões culturalmente destinadas aos homens: jornalista esportivo e piloto, respectivamente. Suzane Carvalho, que primeiro formou-se atriz, relatou que na verdade, sempre desejou fazer parte do automobilismo, mas que sabia que provavelmente não seria aceita:

Suzane Carvalho: Eu sempre tive o sonho de ser piloto. Eu ia ao autódromo, assistir corridas e ficava do lado de cá, na arquibancada, mas sempre pensava: “eu queria estar do lado de lá, na pista”. Mas eu via os boxes e também pensava: “se eu tentar entrar irão me barrar”. (SUZANE CARVALHO, *Olhar espnW*, 15 de março de 2017).

Em seguida, a apresentadora Marcela Rafael ressaltou que ambas as convidadas foram pioneiras em suas profissões. Regiani Ritter foi uma das primeiras jornalistas esportivas do Brasil. Começou sua carreira em 1980 na Rádio Gazeta, como repórter de campo e comentarista. Ela cobriu três Copas do Mundo e em 1991, conquistou o prêmio de melhor jornalista, oferecido pelo Sindicato dos Jornalistas de São Paulo. Já Suzane Carvalho começou a pilotar em 1989 e foi a primeira mulher brasileira a competir na Europa e na América do Norte. Além disso, Suzane integra o *Guinness Book* por ser a única mulher no mundo campeã na categoria de Fórmula-3. O programa também citou exemplos de outras mulheres brasileiras precursoras em diferentes carreiras, entre elas Maria Lenk (nadadora e primeira atleta sul-americana a participar dos Jogos Olímpicos), Chiquinha Gonzaga (pianista, compositora e primeira mulher do Brasil à frente de uma orquestra) e Nélida Piñon (escritora e primeira brasileira a ocupar a presidência da Academia Brasileira de Letras).

Em determinado momento da discussão, as convidadas lembraram suas trajetórias e os desafios superados. Ambas relataram terem sido vítimas do machismo, do preconceito e da desigualdade de gênero. Regiani Ritter e Suzane Carvalho contaram que durante muitos anos

foram vistas como “intrusas” em seus respectivos ambientes de trabalho e, que além disso, a maioria dos colegas de profissão não escondiam a insatisfação em ter que conviver com elas.

Suzane Carvalho: Já aconteceu de eu ganhar a corrida e subir ao pódio sozinha, simplesmente porque os outros pilotos não aceitavam eu estar ali, não aceitavam ter perdido para uma mulher. Além disso, já tive o carro sabotado várias vezes. (SUZANE CARVALHO, *Olhar espnW*, 15 de março de 2017).

Regiani Ritter explicou que, simplesmente por ser mulher, seu trabalho não era visto com seriedade. Por isso, para conquistar confiança e provar sua capacidade, a jornalista trabalhava incessantemente várias horas por dia.

Regiani Ritter: Eu chegava antes das entrevistas coletivas e ficava até mais tarde. Precisava conseguir o máximo de informações possíveis, porque entendia que a única forma de ser vista com bons olhos naquele meio era conseguir algo inédito. Só assim eu superaria o fato de ser mulher e o olhar de desconfiança. (REGIANI RITTER, *Olhar espnW*, 15 de março de 2017).

Ao final do programa as convidadas reforçaram a importância do respeito mútuo entre homens e mulheres e defenderam a igualdade de gênero.

Regiani Ritter: Eu nunca quis andar atrás do homem, mas nunca quis caminhar à frente dele, o ombro a ombro sempre foi o meu objetivo maior. Nunca briguei com os homens, eu não queria o lugar deles, eu queria o meu lugar. (REGIANI RITTER, *Olhar espnW*, 15 de março de 2017).

4.1.4 *Olhar espnW* exibido no dia 24 de maio de 2017

Neste episódio, o programa discutiu um tema bastante atual, mas que ainda desperta aversão em muitas pessoas: o empoderamento feminino. Como convidadas estiveram presentes Mônica Souza (diretora executiva da Maurício de Souza Produções e coordenadora do projeto Donas da Rua) e Ana Luiza David (diretora jurídica e de cidadania corporativa da ESPN). No início do programa, o vídeo exibido mostrou meninas americanas sendo perguntadas sobre quais inventores famosos elas conheciam. Ao responderem, nenhuma delas cita o nome de uma mulher. Em seguida, são apresentados diversos exemplos de inventoras e suas importantes criações. A escolha do vídeo dialoga com um dos eixos mais discutidos durante a edição: o empoderamento feminino na infância.

A convidada Mônica Souza é filha do cartunista Maurício de Souza, criador dos quadrinhos da “Turma da Mônica”. Ela é coordenadora do Projeto Donas da Rua, que visa

alcançar a igualdade de gênero e empoderar todas as mulheres e meninas, contribuindo para que todas tenham seus direitos respeitados.

Mônica Souza: Queremos fortalecer a autoestima das meninas. O que vemos no vídeo é a verdade. Um estudo americano recente constatou que as meninas não se consideram tão capazes quanto os meninos. Precisamos melhorar a autoestima feminina e tornar conhecidas todas essas mulheres importantes, para que as novas gerações possam se inspirar, possam ter a profissão que quiserem e serem felizes com isso. (MÔNICA SOUZA, *Olhar espnW*, 24 de maio de 2017).

O estudo¹⁵ citado pela convidada foi produzido pelo Departamento de Psicologia da Universidade de Nova York e publicado pelo periódico científico “*Science*”. Os pesquisadores constataram que, a partir dos seis anos de idade, meninas acreditam que os homens são inerentemente mais inteligentes e talentosos do que as mulheres. A pesquisa avaliou 400 crianças, com idade entre cinco e sete anos. Os resultados do estudo indicam que comumente as pessoas associam altos níveis de habilidade intelectual aos homens e que essa associação é captada logo na infância, desmotivando as meninas a seguirem carreiras ambiciosas.

Questões ligadas ao empoderamento feminino, como por exemplo a inclusão das mulheres no mercado de trabalho, também foram trabalhadas no programa. A apresentadora Marcela Rafael explicou que o empoderamento não promove superioridade e sim igualdade entre homens e mulheres. No entanto, muitas pessoas ainda repudiam esse conceito. A própria convidada Ana Luiza David, que é diretora jurídica da ESPN, afirmou que, muitas vezes, ser considerada “poderosa” causa constrangimentos.

Ana Luiza David: Esse termo (empoderamento) tem sido constantemente trabalhado, mas não é um termo fácil. É uma palavra forte e existe um certo preconceito. “Ah, você tem poder, é poderosa, diretora” e isso não é algo bom de ouvir, porque isso pode incomodar. Às vezes me cobro uma postura menos empoderada, para não intimidar. (ANA LUIZA DAVID, *Olhar espnW*, 24 de maio de 2017).

O relato da convidada expõe dois pontos importantes: 1) a resistência da maioria dos homens em se relacionar com mulheres mais poderosas que eles. O simples fato de uma mulher assumir um cargo de chefia não deveria causar nenhum tipo de intimidação; 2) a dificuldade das mulheres em assumir papéis de alto nível social. Essa dificuldade existe, segundo a escritora nigeriana Chimamanda Adichie, porque ao longo dos anos as mulheres foram educadas a não

¹⁵ *Gender stereotypes about intellectual ability emerge early and influence children's interests*. Disponível em: <dl.dropboxusercontent.com/content_link/WeZUCRnve0YtK1fR31NJa6AG4ifTaR1sS7SnaN6HCvDhsxIaaGskvdcHzC8zAqck/file>.

serem melhores sucedidas que os homens. “Ensinamos as meninas a se encolher, a se diminuir, dizendo-lhes: “você pode ter ambição, mas não muita. Deve almejar o sucesso, mas não muito. Você não deve ameaçar o homem” (2014, p. 39-40)

Debatendo ainda a promoção da igualdade de gênero por meio do empoderamento feminino, Flávia Delaroli destacou que muitas pessoas ainda repudiam o movimento por não compreenderem sua verdadeira proposta.

Flávia Delaroli: Feminismo, empoderamento e igualdade: são três palavras que quando alguém fala, todo mundo sai correndo, já acham que a ideia é extinguir os homens da Terra. Até as próprias mulheres tem preconceito, acham que o feminismo é um tipo de imposição, ao invés de perceberem que na verdade, a luta é pelo direito de ser livre, de escolher. (FLÁVIA DELAROLI, *Olhar espnW*, 24 de maio de 2017).

Ao final, a apresentadora Marcela Rafael reafirmou a importância da união entre as mulheres e destacou ainda, que iniciativas como o *Olhar espnW* são um dos meios de conscientização e promoção da igualdade.

Marcela Rafael: É uma cultura, são barreiras que precisam ser superadas. Acho que estamos conseguindo, que temos conquistado muito nos últimos anos. Estou feliz fazendo o *espnW* porque acredito que toda vez que chamamos para acessar nosso portal, para assistir nossas discussões, estamos plantando uma semente da igualdade em nosso público. (MARCELA RAFAEL, *Olhar espnW*, 24 de maio de 2017).

4.1.5 *Olhar espnW* exibido no dia 14 de junho de 2017

O assédio sofrido pelas mulheres foi o tema dessa edição do *Olhar espnW*. Como convidadas, o programa recebeu Camila Mattoso, repórter do jornal Folha de São Paulo, e Gabriela Moreira, repórter dos canais ESPN.

O principal assunto discutido foi o assédio moral sofrido por jornalistas no dia-a-dia das coberturas esportivas, espaço ainda dominado por homens. O vídeo de abertura mostrou a campanha *#MoreThanMean*, produzida pelo *podcast* “*Just Not Sports*”, na qual homens aparecem de frente para jornalistas esportivas americanas e devem ler os comentários feitos sobre elas nas redes sociais. Os participantes ficam evidentemente constrangidos ao ler as frases que, em sua grande maioria, são agressões morais. O que chama a atenção, é que praticamente todos os comentários fazem ofensas de cunho sexual, com ênfase ao ódio ao corpo feminino. Exemplos: “espero que seu namorado bata em você”; “você merece ser estuprada”; “vagabunda”; “é por isso que não deviam contratar mulheres, a não ser que elas nos façam sexo

ou preparem nossa comida”. A diferença nos termos, segundo a convidada Gabriela Moreira visa a desmoralização da mulher.

Gabriela Moreira: Quando você tem um homem fazendo um comentário negativo sobre alguém ou algum time, ele sofre de outra forma. Discordam, contrapõe, mas não usam termos depreciativos. Agora com nós mulheres, tem sempre uma questão sexual envolvida. “É mal casada”. A ideia é sempre ridicularizar, desmoralizar. (GABRIELA MOREIRA, *Olhar espnW*, 14 de junho de 2017).

As apresentadoras e comentaristas destacaram ainda, que o machismo não está restrito às torcidas, mas acontece dentro das próprias redações. Um evidente exemplo é a desconfiança que cerca as jornalistas. O profissionalismo e a capacidade das mulheres são constantemente questionados.

Gabriela Moreira: Um repórter que consegue um furo é considerado um bom profissional, esforçado. Mas quando é uma jornalista, já fazem insinuações: “ah, mas ela tem os atributos femininos a seu favor”, “se eu fosse mulher também conseguiria”, “deve ter trocado a informação por sexo”. (GABRIELA MOREIRA, *Olhar espnW*, 14 de junho de 2017).

A relação entre mulheres jornalistas e suas fontes também foi abordada durante a edição. As convidadas explicaram que geralmente a proximidade entre uma jornalista e um dirigente, ou jogador, é especulada de maneira negativa, o que é extremamente prejudicial ao trabalho de apuração das notícias. Esse cenário reflete ainda a forma como a vida pública e a vida privada das mulheres é tratada de modo diferente da dos homens.

Camila Mattoso: Eu tenho uma regra: jantares são proibidos. Se você é vista com um homem à noite, em um restaurante, não importa o que seja, alguém provavelmente vai tirar uma foto e usar aquilo contra você, contra a sua reputação como jornalista. (CAMILA MATTOSO, *Olhar espnW*, 14 de junho de 2017).

Gabriela Moreira: Nós costumamos ver vários colegas de profissão se reunindo com dirigentes ou jogadores após os jogos, para tomar uma cerveja, por exemplo. Mas nós mulheres não podemos aceitar uma carona ou convite para jantar. Quando uma fonte diz: “Ah, vamos jantar e conversamos”, por mais que seja uma fonte confiável e de longa data eu não aceito. Eu logo proponho um almoço ou café da tarde, porque as chances de ser mal especulado diminuem. (GABRIELA MOREIRA, *Olhar espnW*, 14 de junho de 2017).

A repórter dos canais ESPN, Débora Gares, participou da conversa por meio de uma entrevista gravada e destacou outro aspecto: a importância de se desvincular a beleza da imagem profissional da jornalista.

Débora Gares: Acho importante tirar a beleza da prateleira feminina e sempre colocar o trabalho em primeiro lugar, dando ênfase ao que está sendo produzido. Precisamos ser vistas com seriedade pelo nosso público e pelos nossos colegas, ser reconhecidas pelo trabalho bem feito, independente da beleza física. (DÉBORA GARES, *Olhar espnW*, 14 de junho de 2017).

Ao final do programa, as apresentadoras e convidadas lembraram outros casos de assédio contra jornalistas, como o que envolveu o cantor Gabriel Araújo Martins Rodrigues, conhecido como Biel e a repórter do Portal Ig, Giulia Pereira¹⁶. Elas destacaram a importância de dar visibilidade para esse assunto, discutindo-o e não o naturalizando.

4.2 Eixos de Análise

Uma vez selecionado o *corpus* foi possível traçar um panorama dos temas veiculados e de suas respectivas abordagens. Percebeu-se que alguns assuntos se cruzam ou se repetem durante as temporadas. Neste sentido, quatro eixos foram eleitos para guiar a análise: 1) *Peso biológico na construção do papel da mulher na sociedade*: tópico no qual será discutido como os fatores biológicos do corpo feminino influenciam na inserção e atuação das mulheres na sociedade; 2) *Vida privada versus vida pública*: analisaremos como a questão de gênero interfere na organização social do espaço público e privado e também como a vida da mulher é exposta na sociedade; 3) *Papeis sociais de gênero*: partindo da teoria dos papéis sociais fundamentada por Berger e Luckmann, analisaremos como algumas mulheres sofrem preconceitos por realizarem atividades consideradas “inadequadas” ao gênero feminino; e o último tópico é 4) *Igualdade de gênero*: como as temáticas do programa abordam questões da luta feminista e defendem a igualdade de gênero em todos os âmbitos sociais.

Os eixos analíticos foram definidos observando o discurso proposto pelas apresentadoras e convidadas do programa. O objetivo é entender como as mulheres se posicionam e como são vistas e, a partir disso, perceber qual o lugar de fala ocupado pelas interlocutoras do programa dentro do jornalismo esportivo.

¹⁶ O caso aconteceu em junho de 2016. Em uma entrevista de divulgação do seu novo CD, o cantor teria dito à repórter que se eles ficassem juntos, ele a “quebraria no meio”. A denúncia foi registrada na 1ª Delegacia de Mulher de São Paulo.

4.2.1 Peso biológico na construção do papel da mulher na sociedade

As relações sociais comumente são amparadas pelo argumento das distinções biológicas entre os indivíduos. Esse modo de pensar é, na maioria das vezes, utilizado como justificativa para determinar as funções da mulher na sociedade, promovendo, inevitavelmente, a desigualdade, conforme afirma Louro:

O argumento de que homens e mulheres são biologicamente distintos e que a relação entre ambos decorre dessa distinção, que é complementar e na qual cada um deve desempenhar um papel determinado secularmente, acaba por ter o caráter de argumento final. Seja no âmbito do senso comum, seja revestido por uma linguagem “científica”, a distinção biológica, ou melhor, a distinção sexual, serve para compreender – e justificar – a desigualdade social (LOURO, 1997, p. 20-21).

Quando pensamos nesse conceito, é possível estabelecer relações com o programa em questão. Durante o *Olhar espnW*, o fator biológico aparece, principalmente, durante duas discussões. A primeira delas é sobre a resistência do corpo feminino e envelhecimento. As características do corpo são, a todo momento, utilizadas como justificativa para uma resistência menor da mulher, quando comparada ao homem. No episódio de estreia¹⁷, o tema abordado foi a longevidade da mulher no esporte. Logo no início da edição, a convidada Poliana Okimoto, atleta olímpica atualmente com 34 anos, foi questionada sobre já estar “velha” para competir em alto nível, relacionando, principalmente, com os jogos Olímpicos disputados pela atleta em 2016.

Marcela Rafael: Muito se especulou antes de começar a Olimpíada. Depois você provou com a medalha que está segurando agora. Trinta e três anos e todos te julgando como velha, como era lidar com isso? (MARCELA RAFAEL, *Olhar espnW*, 14 de setembro de 2016).

Questões fisiológicas do corpo feminino foram colocados como possíveis obstáculos à continuidade da carreira da nadadora. De modo geral, a longevidade da mulher no esporte é especialmente atribuída aos fatores biológicos, como se existisse um limite pré-definido no corpo feminino que determinasse até quando uma mulher consegue desempenhar a profissão em alto nível. É como se o corpo feminino não tivesse sido “projetado” para ser atleta, ainda mais uma atleta “depois dos 30”, por isso, quando uma mulher consegue uma medalha olímpica aos 33 anos, como aconteceu com a nadadora Poliana Okimoto, trata-se essa conquista como um feito isolado, algo inesperado e, principalmente, como uma superação do corpo. As

¹⁷ Ver descrição completa do episódio na página 37.

apresentadoras do *Olhar espnW* disseram, inclusive, que a atleta “deu a volta por cima”. Essa discussão reflete, sobretudo, como o envelhecimento, tanto estético, como de performance nas mais diversas atividades, é colocado a todo momento como um fator limitante na vida da mulher, algo necessariamente negativo. Esse debate, geralmente não cabe aos homens, visto que um jogador de futebol que encerra a carreira antes dos 30 anos, por exemplo, é considerado “novo demais” para deixar os gramados. Ao mesmo tempo, ver um atleta jogando em alto nível aos 40 anos não causa espanto, pelo contrário, a experiência adquirida ao longo do tempo é exaltada.

Marcela Rafael: Poliana, quero pedir para você mostrar a sua medalha, tão linda e contasse sobre a sua emoção naquele momento. (referindo-se ao momento do pódio, de entrega das medalhas). Como você se sentia? Teve vontade de gritar bem alto para todo mundo: “vocês vão ter que me engolir”, “eu ganhei mesmo tendo 33 anos”. (MARCELA RAFAEL, *Olhar espnW*, 14 de setembro de 2016).

Poliana Okimoto: Eu estava muito emocionada. Mais de uma vez me chamaram de velha e isso acabou ficando cansativo. Me chamavam de velha, eu ia “lá” e jogava na cara: não sou! Aí vem mais um ano, me chamam de velha e novamente eu provo o contrário. Isso ficou muito cansativo. Nessa Olimpíada eu cheguei apenas para fazer o meu trabalho, para mim, para a minha família, para os profissionais que me acompanham, para os amigos que torcem por mim. Eu não queria mais provar nada para ninguém. Eu merecia entrar no mar e me doar ao máximo, por mim, por todos os anos que eu me dediquei ao máximo. (POLIANA OKIMOTO, *Olhar espnW*, 14 de setembro de 2016).

A segunda discussão na qual o fator biológico emerge como uma forma de controle da vida da mulher é sobre maternidade. Nesse caso, ter filhos vem à tona como um imperativo social amparado pelas questões biológicas do corpo feminino. Lida-se com a maternidade como algo natural, intrínseco à vida da mulher que, inevitavelmente, a coloca em uma posição de passividade e inferioridade em relação aos homens, tirando a autonomia feminina de impor seus desígnios ao mundo.

No episódio sobre longevidade esportiva, anteriormente mencionado, a atleta Poliana Okimoto é questionada sobre a continuidade da sua carreira e os planos para o futuro. Rapidamente as apresentadoras perguntam sobre uma possível gravidez, colocando como justificativa o fato da atleta já ser casada há muitos anos. Neste momento, percebe-se um nítido desconforto da convidada que, primeiro responde sobre os projetos futuros relacionados a sua carreira como atleta e, posteriormente, responde que ainda não pretende ter filhos. Mas de forma muito pertinente, Poliana Okimoto afirmou ainda:

Poliana Okimoto: Tem mesmo essa imposição social. As pessoas comentam: “Ah, já passou dos 30, já é casada há mais de 10 anos e ainda não tem filhos?”. E mais difícil que responder, é explicar para a família, para os amigos, que a maternidade não é sua prioridade. (POLIANA OKIMOTO, *Olhar espnW*, 14 de setembro de 2016).

A ginecologista Tathiana Parmigiano, também convidada da edição em questão, completou:

Tathiana Parmigiano: Muitas mulheres interrompem a carreira mais precocemente, diferentemente dos homens, para engravidar porque isso é um apelo social, ser mãe é uma cobrança. (TATHIANA PARMIGIANO, *Olhar espnW*, 14 de setembro de 2016).

As falas acima refletem como os fatores biológicos do corpo feminino influenciam na vida da mulher na sociedade, principalmente porque atuam como formas de controle.

Especialmente sobre a maternidade podemos ainda afirmar: 1) O patriarcalismo fundamenta sua ideologia apresentando as diferenças entre os sexos como algo natural, divino. Nesse sentido, a mulher foi “formada” biologicamente para exercer a maternidade e deve desempenhar essa função, caso contrário, estaria rompendo com as expectativas ligadas ao seu papel social de mãe. Importante destacar que o argumento em questão, ao se apresentar como algo natural, enfatizado deliberadamente como caráter fundamental, omite as dimensões social e política existentes, onde se constroem e se reproduzem as relações (desiguais) entre os sujeitos. Neste sentido, o argumento biológico vem como um meio de apagar os conflitos e, mais uma vez, colocar a mulher em uma posição de passividade, como se aquilo que é natural, necessariamente também fosse inquestionável. Conforme afirma Nye (1995, p. 124), “embora a maternidade possa ser uma experiência valiosa para a mulher, como instituição está sob controle masculino”, ou seja, a maternidade é algo inerente à vida da mulher, mas a escolha final ainda cabe aos homens. 2) A maternidade é tida como um assunto obrigatório quando a discussão envolve as mulheres, ou seja, o fator biológico também influencia naquilo que é ou não pertinente debater em um programa feminino. 3) A sociedade atual “permite” que a mulher seja atleta ou jornalista, mas ela também deve ser mãe. Ela pode ser bem-sucedida em sua carreira, mas deve também exercer com aptidão as tarefas da maternidade. Justamente por isso, uma mulher que renuncia à maternidade ainda é questionada e, muitas vezes, reprimida. Opor-se à lógica socialmente construída é visto como uma negativa do papel social da mulher, da sua feminilidade e dos seus desígnios naturais.

Neste sentido e conforme afirma Louro (1997), é preciso que as características sexuais e biológicas deixem de ser utilizadas para constituir o que é feminino ou masculino e, dessa

forma, deixem de restringir a atuação das mulheres na sociedade e também de influenciar a forma como são vistas. Além disso, é fundamental também que as justificativas para a desigualdade sejam buscadas nos arranjos sociais, nas histórias e representações dos sujeitos e não nas características biológicas dos sexos.

4.2.2 Vida privada *versus* vida pública

A questão de gênero inevitavelmente interfere na organização social do espaço e na construção das esferas pública e privada. Homens e mulheres ocupam espaços diferentes, visto que essa divisão é determinada de acordo com o papel social desempenhado. A divisão “sexual” dos espaços sociais está evidenciada, por exemplo, no próprio jornalismo esportivo, visto que esse local de atuação profissional ainda não está disponível para apropriação feminina. Aquelas que ocupam as redações esportivas tiveram que lutar, quebrar barreiras, conquistar a legitimidade.

No dia 14 de junho de 2017, o *Olhar espnW* discutiu assédio¹⁸. O ponto principal do debate foi o assédio moral sofrido pelas mulheres no âmbito do jornalismo esportivo, um espaço ainda dominado por homens. Nesse cenário, as convidadas Gabriela Moreira e Camila Mattoso, ambas repórteres esportivas, revelaram situações cotidianas da profissão nas quais o machismo se manifesta, como por exemplo, nas relações com suas fontes, uma vez que um vínculo mais próximo costuma ser especulado de forma negativa. As convidadas explicaram que seus colegas homens, mesmo mantendo vínculos explícitos de amizade com dirigentes ou jogadores, não passam pelo mesmo julgamento moral. Sobre essa questão Camilla Mattoso afirmou:

Camila Mattoso: Eu tenho uma regra: jantares são proibidos. Se você é vista com um homem à noite, em um restaurante, não importa o que seja, alguém provavelmente vai tirar uma foto e usar aquilo contra você, contra a sua reputação como jornalista. (CAMILA MATTOSO, *Olhar espnW*, 14 de junho de 2017).

O relato acima, evidencia, como o “espaço adequado à mulher” ainda é restrito. Tal restrição se consolida por meio de uma série de discursos sociais. Percebemos, por meio da análise dos episódios escolhidos, que alguns desses discursos emergem com recorrência durante o *Olhar espnW*, estabelecendo lugares distintos para homens e mulheres. Nesse cenário, o gênero feminino fica sempre restrito ao mundo privado, tipificado como doméstico. Portanto,

¹⁸ Ver descrição completa do episódio na página 44.

compreendemos, que apesar do *Olhar espnW* se caracterizar como um espaço físico de atuação feminina, a organização discursiva que ali revela-se não segue essa lógica.

A partir desse raciocínio, a divergência entre espaço público e espaço privado, no que diz respeito à inserção e atuação feminina na sociedade, emerge no programa, principalmente quando assuntos como casamento e filhos viram pautas. Quando esses temas são incorporados ao discurso do *Olhar espnW* e apresentados como questões pertinentes ao debate, há uma perpetuação de estereótipos machistas que insistem em atribuir as mulheres papéis sociais ligados apenas a família, aos filhos e aos maridos. Nesta circunstância, o programa contradiz os valores de empoderamento e igualdade defendidos em sua linha editorial. Importante estarmos cientes de que esses discursos emergem porque existe um senso coletivo, construído socialmente, de que tais temas são inerentes à vida da mulher e, portanto, não faria sentido um debate feminino que não os abordasse. Essa justificativa é responsável por esconder as desigualdades de gênero que estão sendo reverberadas nesses discursos.

Existe ainda, em outros momentos, uma evidente tensão ligada à exposição da vida feminina. O conflito emerge no programa quando há uma evidenciação de assuntos íntimos da mulher. Ao abordar, de forma recorrente, temas como casamento e maternidade¹⁹, mesmo quando estes não são o eixo principal do episódio, o programa não apenas limita a inserção feminina ao espaço doméstico, conforme dito anteriormente, como também expõe aspectos íntimos, que na maioria das vezes não contribuem para as discussões pertinentes do esporte e apenas colaboram para que a imagem da mulher seja sempre associada a questões ligadas ao corpo e aos relacionamentos. Assim, a mulher é sempre um ser sexualizado, objetificado, que não é vista no seu papel social profissional. O foco nunca é a sua carreira, sua atuação em sociedade.

No programa exibido no dia cinco de outubro de 2016, com o tema “Mudança de Carreira”²⁰, discutiu-se bastante sobre a aceitação da família e dos companheiros frente à decisão das atletas. A convidada Beatriz Ferragi, ex-advogada e atleta de *mountain bike*, afirmou que seus pais não apoiaram a mudança e até hoje não aceitam com naturalidade a nova profissão.

Beatriz Ferragi: Eu tive uma educação extremamente clássica, meus pais são pessoas extremamente intelectuais, eles tinham uma expectativa muito grande com a minha carreira de advogada. Para eles ainda é muito chocante, não se conformam, ainda tem a cabeça fechada para o esporte e eu fico chateada com isso. Hoje eles acham: “legal, ganhou o Campeonato Brasileiro” (ao dizer isso, Beatriz fala em voz baixa e em tom

¹⁹ Temas são abordados, principalmente, no episódio do dia 14 de setembro de 2016. Ver descrição completa na página 37.

²⁰ Ver descrição completa do episódio na página 38.

de desconfiança, mostrando a dificuldade e o preconceito do seus pais ao lidarem com o assunto). (BEATRIZ FERRAGI, *Olhar espnW*, 05 de outubro de 2016).

Neste lógica, a vida privada e suas relações, neste caso, de parentesco, teriam ainda precedência e poder de influenciar (e, no limite, ‘autorizar’) as escolhas da vida pública e das relações profissionais das mulheres.

Ao abrir espaço para esses assuntos, em detrimento de outros muito mais apropriados ao debate esportivo, o *Olhar espnW* segue uma tendência cultural de espetacularização do cotidiano feminino. Existe um interesse maior em “vender” a vida íntima da mulher, quando comparado ao homem, dado que no primeiro caso, explora-se demasiadamente relacionamentos conjugais e aspectos sexuais, como se esses temas resumissem o que é ser mulher e, mais grave ainda, como se apenas esses temas fossem relevantes na vida de uma mulher

Desta forma, fica evidente como uma persistente hierarquia de gênero organiza as relações sociais nos âmbitos público e privado, destinando lugares, funções, prestígios, direitos e deveres diferentes a cada sexo.

4.2.3 Papeis sociais do gênero

A escritora nigeriana Chimamanda Adichie, em seu livro “Sejamos todos feministas”, afirmou: “o problema da questão de gênero é que ela prescreve como devemos ser, ao invés de reconhecer como somos” (2014, p. 48). Podemos relacionar esse pensamento com a teoria dos papeis sociais, fundamentada nesse trabalho por Berger e Luckmann, afinal, o papel social assemelha-se a um roteiro, uma prescrição do comportamento esperado de cada sujeito, que perpassa, inevitavelmente, pelo gênero. Deste modo e conforme pontua Vieira (2005, p.06), “as sociedades identificam determinados comportamentos como mais adequados a um sexo do que a outro”.

Romper com as expectativas ligadas ao papel social é a grande questão deste tópico. Muitas mulheres, ao longo dos anos, conquistaram espaço e reconhecimento em áreas que, anteriormente, eram inimagináveis ao gênero feminino, transgredindo as barreiras machistas que há séculos restringem a atuação da mulher na sociedade. É justamente neste sentido que a questão dos papeis sociais de gênero emerge no *Olhar espnW* e isso ocorre, principalmente, pela escolha das convidadas do programa.

Em todas as edições que compõe o *corpus* de análise deste trabalho, o debate foi composto exclusivamente por mulheres. Essa característica, além de promover

representatividade feminina, não apenas falando às mulheres, mas também dando voz a elas, consolida a mulher em papéis sociais que antes, eram exclusivos dos homens. Já participaram do *Olhar espnW* especialistas nas mais diversas áreas, tais como, saúde, esporte, bem-estar, educação, gestão empresarial, assim como atletas e ex-atletas de várias modalidades, inclusive artes marciais e esportes radicais, que culturalmente sempre foram inadequadas para as mulheres. Desta forma, a escolha das convidadas contribui diretamente para a discussão dos papéis sociais dentro do programa, ampliando a atuação da mulher na sociedade.

A escolha da apresentadora Marcela Rafael, uma das jornalistas mais consolidadas na imprensa esportiva nacional, é uma parte importante da dinâmica do programa e também traz à tona a questão do rompimento das expectativas ligadas ao papel social. Conforme já foi dito neste trabalho, a editoria de esportes ainda é o meio mais misógino do jornalismo, visto que, culturalmente, as mulheres nunca foram consideradas aptas a tratar sobre o assunto. A presença da jornalista não apenas confere credibilidade ao discurso do *Olhar espnW*, validando-o como espaço de discussão esportiva por meio do reconhecimento profissional já conquistado pela apresentadora, como também reafirma o propósito do programa de romper com os estereótipos machistas e consolidar a mulher como protagonista em diferentes âmbitos sociais.

No entanto, ao desempenhar uma função “inadequada” ao seu gênero, a mulher comumente é vítima de preconceito.

A edição do dia 15 de março de 2017, cujo tema foi mulheres precursoras²¹, abriu espaço para relatos impactantes nesse sentido. Como convidadas estiveram presentes a jornalista esportiva Regiane Ritter e a piloto Suzane Carvalho, mulheres que desempenharam com excelência, há mais de trinta anos, profissões historicamente dominadas por homens. Elas relataram inúmeros momentos nos quais não foram consideradas aptas e mesmo legítimas de desempenharem suas atividades, simplesmente por suas profissões não serem aceitas como “de mulher”. Suzane Carvalho, que além de piloto é professora de direção defensiva, relatou:

Suzane Carvalho: As empresas mandam seus funcionários para a minha escola e quando eles veem que a professora é uma mulher, a maioria fica espantado e eles não escondem a desconfiança. Eu acredito que eles pensam: “é sério que uma mulher vai me ensinar a dirigir?” (SUZANE CARVALHO, *Olhar espnW*, 15 de março de 2017).

A situação descrita pela convidada é um exemplo de como a questão dos papéis sociais e, portanto, dos diversos estereótipos presentes em nossa sociedade, inevitavelmente influenciam na forma como as mulheres são vistas.

²¹ Ver descrição completa do episódio na página 41.

Faz-se relevante perceber, a partir disso, como a transgressão do papel social não é bem aceita, sendo tratada, na maioria das vezes, como uma anormalidade. Pensando o estigma social como um conceito relacionado às características particulares de um indivíduo ou grupo, que o divergem do tradicionalmente instituído, podemos afirmar que mulheres pilotos ou atletas de esporte radical, por exemplo, são estigmatizadas, ou seja, possuem habilidades e desempenham ofícios considerados fora do padrão. Segundo Goffman, “quando um indivíduo desempenha um papel, implicitamente solicita de seus observadores que levem a sério a impressão sustentada perante eles” (1985, p. 25), sendo assim, pode-se alegar que quando uma mulher exerce uma profissão socialmente considerada masculina, ela não alcança esse objetivo, já que os demais sujeitos não conferem credibilidade e legitimidade.

Estigmatizar é justamente “rotular”, prática que envolve estereótipos, preconceitos e comportamentos de discriminação, nesse caso, de gênero. A estigmatização ligada ao papel social da mulher manifesta-se também por meio da ausência de características estéticas femininas, ou seja, quando a mulher, fisicamente, não responde às expectativas de como deve ser o corpo feminino. No *Olhar espnW* do dia 05 de outubro de 2016, que abordou o tema mudança de carreira, a convidada Ariane Monticeli, atleta de triatlo, ficou extremamente envergonhada quando a apresentadora Flávia Delaroli comentou sobre as suas unhas do pé, que estavam machucadas e sem esmalte. Goffman (1985), aborda a vergonha como uma reação decorrente da quebra de uma regra social, em que o sujeito se assume desviante e se vê negativamente do ponto de vista dos outros. Neste sentido, podemos afirmar que a atleta ficou constrangida porque estava indo contra a “regra” de manter as unhas impecáveis, cuidado que está associado à feminilidade²².

A feminilidade é um conceito cultural naturalizado que, dentro de uma lógica patriarcal, normatiza o que é parecer mulher, ou seja, ser feminina significa apresentar uma série de características, principalmente físicas, que são “próprias” das mulheres e, que ao mesmo tempo, são fundamentais para tornar legítima a experiência de ser mulher. Ao aparecer na TV sem esmalte, Ariane Monticeli foi vítima de julgamento, mesmo que seja óbvio pensar que a situação das unhas é uma consequência dos treinamentos intensos aos quais a atleta é submetida. Ela não cumpriu com as obrigações intrínsecas ao seu papel social de mulher e, como resultado, foi criticada. A representação assegura a manutenção da identidade e o

²² No dicionário Aurélio a o termo feminilidade refere-se a “característica, particularidade ou estado particular da mulher. Condição ou característica que se considera própria da mulher.

equilíbrio social. Dessa forma, a mulher que rompe com tais expectativas estaria, de certa forma, promovendo a desordem.

A sociedade espera da mulher comportamentos que estejam de acordo com o papel social culturalmente instituído. A mulher deve estar sempre bonita e bem arrumada, deve ser dócil, meiga e generosa e ainda exercer com maestria as funções de esposa e mãe. Não cumprir com essas regras leva ao constrangimento, a exclusão social e a desvalorização do potencial intelectual da mulher.

A partir dessas reflexões, afirmamos que a transgressão do papel social da mulher emerge no programa *Olhar espnW* de forma dúbia: ela é tratada como algo positivo ao legitimar a mulher em diferentes profissões e posições sociais (por meio da escolha das convidadas), mas é vista como algo negativo, quando a mulher, ao não cumprir com o roteiro estabelecido pelo seu papel social, deixa de parecer uma mulher, deixa de apresentar características que assegurem a sua feminilidade, algo que parece crucial para o público da atração.

4.2.4 Igualdade de gênero

A palavra feminismo, no dicionário Aurélio, significa “sistema dos que preconizam a ampliação legal dos direitos civis e políticos da mulher ou a igualdade dos direitos dela aos dos homens”. Louro (1997, p. 14), explica que tais ações dirigidas contra a opressão das mulheres podem ser encontradas em vários momentos da História, mas que “quando se pretende referir ao feminismo como um movimento social organizado, esse é usualmente remetido, no Ocidente, ao século XIX”.

O movimento feminista considera desde o seu início que existe uma condição fundamental de desigualdade e desvalorização entre os gêneros, tanto em termos de dominação masculina ou patriarcado, quanto de disparidades de direitos e oportunidade decorrentes das diferenças entre os sexos. Neste sentido, “tornar visível aquela que sempre fora ocultada foi o grande objetivo das estudiosas feministas” (LOURO, 1997, p. 15).

O *Olhar espnW*, primeiro programa esportivo da televisão brasileira voltado para o público feminino, propõe dar voz àquelas que historicamente foram silenciadas, defendendo o esporte como uma ferramenta importante de inclusão e promoção da igualdade. Neste sentido, o *Olhar espnW* pode ser considerado um ato de resistência e de defesa da causa feminista, a medida em que oferece oportunidade de inserção e impulsiona a visibilidade das mulheres em uma área tradicionalmente dominada pelos homens. Desta forma, podemos afirmar que a

igualdade de gênero emerge, primeiramente, na linha editorial do programa, como um discurso de valor. Essa característica importante faz parte do contrato comunicativo do *Olhar espnW*. Em um dos vídeos promocionais do programa, disponível na página do canal no Facebook²³, apresenta-se o seguinte discurso: “soltar a voz, ser vista, ser percebida, empoderar. E você, o que pensa sobre isso? Conheça o espaço da mulher no mundo e no esporte [...]” (MUNDO ESPN, 2016). Dar visibilidade, empoderar, oferecer um espaço de discussão privilegiado, são formas de promoção da igualdade, portanto, fica evidente como esse conceito é uma estratégia discursiva ligada ao processo de fidelização da audiência. Assim como explica Charadeau (2009, p. 67) “todo discurso, depende, para a construção de seu interesse social, das condições específicas da situação de troca na qual ele surge”. A partir dessa afirmação, podemos compreender que o discurso de igualdade de gênero, reverberado dentro do *Olhar espnW*, é construído a partir de um cenário atual no qual as mulheres estão lutando por visibilidade e legitimidade em diversos âmbitos sociais, inclusive no esporte e, por isso, a discussão ganha dimensões tão importantes no que diz respeito ao processo de consolidação do programa frente à sua audiência.

Ainda sobre a igualdade como um discurso de valor, a apresentadora Marcela Rafael, na edição do dia 10 de maio de 2017, declarou:

Marcela Rafael: Eu estou muito feliz fazendo o Olhar espnW, porque toda vez que chamamos para acessar nosso portal, para assistir nossas discussões, estamos plantando uma semente da igualdade em nosso público. Estamos superando barreiras de anos e anos. (MARCELA RAFAEL, *Olhar espnW*, 10 de maio de 2017)

A igualdade de gênero aparece no programa intrínseca à discussão do feminismo que, em várias edições do *Olhar espnW*, foi debatido entre as apresentadoras e convidadas. No programa do dia 10 de maio de 2017²⁴, discutiu-se sobre empoderamento feminino. Nesta edição, além de uma discussão bastante pertinente sobre empoderamento na infância, falou-se muito sobre como as pessoas entendem os conceitos de feminismo, igualdade e empoderamento. Percebeu-se que ainda existe resistência e que os termos, muitas vezes, são trabalhados de forma pejorativa.

Flávia Delaroli: Feminismo, empoderamento e igualdade: são três palavras que quando alguém fala, todo mundo sai correndo, já acham que a ideia é extinguir os homens da Terra. Até as próprias mulheres tem preconceito, acham que o feminismo é um tipo de

²³ Ver descrição completa na página 11.

²⁴ Ver descrição completa do episódio na página 42.

imposição, ao invés de perceberem que na verdade, a luta é pelo direito de ser livre, de escolher. (FLÁVIA DELAROLI, *Olhar espnW*, 24 de maio de 2017).

É possível perceber, a partir desse episódio, que o programa objetiva também esclarecer o seu público sobre a importância desses três eixos: feminismo, empoderamento e igualdade. Desta forma, ele atua como um mecanismo de propagação desses ideais. Entretanto, apesar das temáticas do programa abordarem diferentes pontos da luta feminista, a igualdade é o eixo mais recorrente. Ela é defendida em diferentes âmbitos: igualdade de direitos, de oportunidades, de tratamento, de salários. Importante também destacar que o *Olhar espnW* aborda a questão da igualdade com foco no gênero, reafirmando a especificidade e a particularidade do problema e ressaltando que dentro dessa dinâmica, as mulheres são o principal alvo, elas é que sempre foram, e ainda são, excluídas e muitas vezes marginalizadas.

Porém, no momento da efetivação discursiva do conceito de igualdade de gênero dentro dos debates realizados, a linha editorial do programa é colocada em cheque, emergindo contradições. O *olhar espnW* é um espaço onde ocorrem conflitos discursivos. Eles são construídos socialmente e originados a partir do confronto das ideias expostas por apresentadoras e convidadas. A escolha das interlocutoras e o que elas representam socialmente não condiz, muitas vezes, com os assuntos que são pautados para a discussão. A recorrência de temas ligados à esfera doméstica, a insistência em comparar o desempenho das mulheres com os homens, a exposição inapropriada de assuntos íntimos e a perpetuação de estereótipos ligados ao papel social da mulher, são alguns dos conflitos identificados e que colocam em cheque a igualdade defendida na linha editorial.

Nota-se, portanto, que a igualdade de gênero aparece no programa como um ideal a ser defendido e propagado, mas, também, como uma fonte de conflito.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho partiu da ideia de analisar a construção de sentidos do programa *Olhar espnW*, a partir disso, compreender o atual lugar de fala das mulheres dentro do telejornalismo esportivo brasileiro. O *Olhar espnW* foi escolhido como objeto dessa análise por ser o primeiro programa esportivo veiculado na TV brasileira voltado para o público feminino e apresentado e produzido por mulheres, um marco para o jornalismo esportivo. A pesquisa aqui realizada tem foco na análise do discurso proposto pelas apresentadoras e convidadas da atração, assim como das temáticas abordadas. Julgamos pertinente realizar essa análise por considerar que a televisão, como fonte dos dizeres da vida cotidiana, é resultado das dinâmicas da vivência social e se revela influenciada pelas formas e valores da vida cotidiana.

Os estudos de Charadeau (2009), Foucault (1971), Véron (2005) e Jost (2004) foram fundamentais para compreender que o discurso midiático é uma “forma de dizer” individualizada e estratégica que reflete os traços editoriais do produto e busca estabelecer a fidelização do público. Ao se referenciar como o “espaço da mulher no mundo e nos esportes”, o *Olhar espnW* utiliza a união entre o cotidiano feminino e as pautas esportivas, como o método de fidelização da audiência, indicando que o programa será um espaço prestigiado de debate para as mulheres, onde, finalmente, elas poderão expor suas histórias e opiniões. Além disso, a escolha das convidadas, sempre mulheres, confere protagonismo social para esse grupo e contribui para a representatividade feminina na mídia, outra estratégia de convocação do público. Nesse cenário, o programa afirma o lugar da mulher como consumidora e protagonista legítima das informações do mundo esportivo, ao mesmo tempo que consegue convocá-la pelo apelo das questões ímpares femininas.

Estudamos ainda o cenário histórico em que o esporte surgiu como pauta relevante para os veículos comunicativos e como ele se tornou fundamental para a imprensa, a ponto de surgirem canais e produtos especializados, a exemplo a ESPN, emissora que produz o *Olhar espnW*. Neste momento, foi possível entender que o programa em questão foi idealizado para atender as demandas de um público feminino carente de conteúdos esportivos de qualidade e de referência. Em seguida, examinamos a inserção e participação da mulher no telejornalismo esportivo, espaço historicamente dominado por homens, considerando as dificuldades por elas enfrentadas para se validar nesse meio. Observamos que a participação da mulher no jornalismo esportivo ainda é restrita e vista com desconfiança. A maioria não atua como locutoras ou comentaristas, cargos de maior prestígio e os atributos físicos ainda são considerados pré-

requisitos, dado que grande parte da audiência é masculina. Nesse capítulo, estudamos também questões ligadas à representação e a teoria dos papéis sociais, fundamentada por Berger e Luckmann (1985). Percebemos que os diversos estereótipos atribuídos às mulheres ao longo dos anos ainda atuam como “chaves de interpretação” do que é considerado adequado ou inadequado a elas. No âmbito do jornalismo esportivo, a presença das mulheres, na maioria das vezes, não é legitimada justamente por não ir de acordo com as expectativas ligadas ao papel social.

O *Olhar espnW* é um programa audiovisual, desta forma, fez-se necessário estudar também os aspectos estruturais, visuais e sonoros que o caracterizam como um produto televisivo. Utilizando como base as pesquisas de Gutmann (2014) e Duarte (2004), percebemos: 1) o cenário se apresenta como um espaço ideal para uma conversa: quatro cadeiras dispostas em semicírculo, um telão ao fundo com o nome do programa e, ao redor, imagens de mulheres praticando esportes; 2) há predominância dos tons de rosa e vermelho em todo o cenário, cores que na publicidade costumam ser associados à feminilidade. Além disso, há imagens de várias mulheres se exercitando, o que confere energia, ânimo e movimento ao espaço; 3) durante a exibição do programa, há a alternância entre planos gerais, planos americanos e uso do *zoom*. Disso entendemos que os processos de construção e captação das imagens não são aleatórios, mas estão diretamente ligados à construção narrativa. Todos os planos utilizados têm o poder de passar a “sensação” de diálogo pelas imagens, ao mesmo tempo em que são “testemunhas” do encontro entre apresentadoras e convidadas. O plano geral é utilizado para mostrar o ambiente como uma conversa aberta, revelando todos os movimentos e interações entre apresentadoras e convidadas. O segundo, plano americano, é utilizado quando alguém está relatando algo, ou se posicionando sobre determinado assunto, o que dá ênfase ao indivíduo. O *zoom* é utilizado quando alguma das convidadas ou apresentadoras está comentando sobre um assunto mais pessoal, polêmico, ou mesmo quando está reforçando algo. O *zoom* confere protagonismo e transmite a ideia de um desabafo, confissão; 4) já a trilha, instrumental, ao ser associada com imagens de mulheres se exercitando, confere ritmo e dinamismo a vinheta de abertura.

Com relação aos temas veiculados, eles reverberam diferentes aspectos do cotidiano da mulher, associados a questões esportivas. Em geral, foram bastante trabalhados temas ligados à maternidade, comportamento, carreira, saúde, estética e bem-estar. A escolha das convidadas também é uma estratégia de fidelização do público, na medida em que promove visibilidade para as mulheres e reforça a necessidade de representatividade feminina. Em todas as edições

que compõe o *corpus* de análise deste trabalho, o *Olhar espnW* recebeu apenas mulheres como convidadas, ou seja, o programa não busca apenas “falar para as mulheres”, mas também “dar voz a elas”.

Após observação minuciosa de vários episódios do programa, selecionamos o *corpus* de análise (cinco edições exibidas entre setembro de 2016 e junho de 2017) e, baseado nos elementos recorrentes percebidos, elegemos quatro eixos de análise: 1) Peso biológico na construção do papel da mulher na sociedade; 2) Vida privada *versus* vida pública; 3) Papéis sociais de gênero e 4) Igualdade de gênero.

Após esse momento foi possível concluir que: na primeira linha de análise, *peso biológico na construção do papel da mulher na sociedade*, deduzimos que emerge, de forma recorrente no programa, uma discussão feminina baseada nos aspectos biológicos da mulher. A maternidade é o principal deles. Em mais de um episódio, o tema apareceu como uma “pergunta obrigatória” para as convidadas. Isso evidencia como a formação biológica da mulher ainda é fator determinante em sua atuação social e, também, como o argumento biológico ainda se vende como algo natural e, portanto, incontestável. Essa característica faz com que a maternidade, por exemplo, venha à tona na discussão considerando apenas as questões “naturais” e excluindo os arranjos sociais e políticos que poderiam justificar a necessidade do debate sobre o tema. Desta forma, podemos afirmar que as relações sociais ainda são amparadas pelo argumento biológico, herança de uma cultura fortemente influenciada pelo patriarcalismo. Observamos, portanto, que o programa apesar de defender a liberdade feminina, não deixa de reafirmar as características biológicas da mulher como formas de controle social.

Na segunda linha, *vida privada versus vida pública*, podemos interpretar que o espaço de atuação da mulher na sociedade ainda é restrito ao doméstico e que o gênero estabelece lugares distintos para homens e mulheres. Além disso, concluímos que a vida da mulher é exposta de modo diferente da do homem, visto que, no primeiro caso, explora-se demasiadamente relacionamentos conjugais e aspectos sexuais. No *Olhar espnW* essa divergência vem à tona de modo dúbio: quando alguma convidada relata uma situação de invasão à sua vida íntima, ou de julgamento moral por frequentar determinados lugares ou por adotar determinadas posturas, o programa crítica a espetacularização da vida da mulher, porém, em outros momentos, o próprio *Olhar espnW* invade a privacidade de suas convidadas, quando elas são interpeladas sobre assuntos que não se relacionam com o esporte, mas que dizem respeito diretamente as suas vidas íntimas.

Neste sentido, concluímos que a vida íntima e a vida pública da mulher são colocadas em divergência no programa, em um constante questionamento de quais lugares e funções sociais são adequadas a elas, reverberando um cenário historicamente construído de objetificação do corpo e da vida da mulher.

Na terceira linha, *papeis sociais de gênero*, podemos ver, baseado na teoria dos papéis sociais, que o comportamento esperado de cada sujeito perpassa, inevitavelmente, pelo gênero e que romper com esse “roteiro do comportamento social” leva à estigmatização. Desta forma, percebemos como os estereótipos ainda influenciam nas relações e, também, como muitas mulheres são vítimas de preconceito por se arrisarem em carreiras ou ambientes considerados masculinos. O *Olhar espnW* defende, por exemplo, por meio do seu discurso empoderador, que as mulheres devem ser livres para exercerem a profissão que quiserem. Defende que elas não devem ser estigmatizadas e não propaga a teoria dos papéis sociais. No entanto, em alguns momentos há uma contradição: determinadas questões abordadas no programa fazem, justamente, emergir a cultura patriarcal e machista que é repreendida. Por exemplo, o fato da maternidade sempre ser um assunto recorrente nas edições, ou mesmo a reafirmação de padrões estéticos, como no episódio do dia 05 de outubro de 2016, quando a apresentadora Flávia Delaroli chamou a atenção para as unhas da convidada e atleta de *triatlo*, Ariane Monticeli, que estavam sem esmaltes e machucadas. Apesar do tom de brincadeira, o comentário causou constrangimento e evidenciou que a estética do corpo, a beleza, ainda são imposições e formas de controle social, a medida em que os dois aspectos são qualificados como legítimos e necessários para reconhecimento e ascensão social da mulher. A partir das inconsistências citadas, concluímos que a transgressão social do papel da mulher é colocada de forma restrita dentro do programa: a mulher pode exercer diversas profissões e atuar em diferentes âmbitos sociais, no entanto, ela tem o dever de responder sobre questões ligadas a maternidade e ao casamento, pois o ambiente doméstico ainda é o seu “universo natural” e, para além disso, ela sempre deve “parecer mulher”, ou seja, transmitir a feminilidade perante os demais.

A última linha, *igualdade de gênero*, diz sobre a importância da luta feminista a partir dos assuntos abordados no programa, principalmente no que se refere à igualdade de direitos e oportunidades entre homens e mulheres. O *Olhar espnW* está inserido em um lugar historicamente dominado por homens e voltado para o público masculino: o jornalismo esportivo. Justamente por isso, a igualdade de gênero emerge no programa como um discurso de valor, um ponto importante da linha editorial e que está diretamente ligado à fidelização do público. Interessante perceber que, por meio da variedade de temas veiculados no programa, a

igualdade é defendida sobre diferentes perspectivas, o que aumenta a relevância do *Olhar espnW*. Além de valorizar a mulher e defender a sua igualdade perante os homens, o programa também propaga representatividade feminina. A escolha das convidadas, mulheres, é fundamental para o fortalecimento do protagonismo feminino em áreas que, antes, eram exclusivas dos homens.

A existência do programa dentro da dinâmica misógina do jornalismo esportivo brasileiro é, inevitavelmente, um marco. No entanto, no momento das entrevistas e dos debates, a igualdade de gênero entra em tensão. Dentro dos próprios discursos, ainda existe uma reafirmação dos estereótipos ligados aos papéis sociais de gênero, reverberados não apenas na escolha de alguns temas, mas também no modo como são abordados, repletos de imposições e formas de controle social, muitas vezes mascarados por justificas biológica e, portanto, ditas como naturais ao debate. A igualdade de gênero e o empoderamento feminino estão, constantemente, em tensão dentro do *Olhar espnW*: eles são colocados como evidências das propostas revolucionárias que estão agregadas ao programa, mas, ao mesmo tempo, são fontes de conflito e desencadeiam discussões nas quais, inevitavelmente, fica notório o quanto nossa sociedade ainda é machista e como a cultura patriarcal está internalizada em nosso convívio social.

A partir dessas linhas de análise, foi possível perceber que o programa *Olhar espnW* busca validar a mulher como um público tão legítimo quanto o masculino para o jornalismo esportivo e, por meio do seu “time” de convidadas bem-sucedidas e especialistas nos mais diversos assuntos, contribui para o empoderamento e para representatividade feminina no esporte. Mas, para tornar o programa como um espaço válido de discussão para as mulheres, algo que aparece como importante na estratégia de fidelização da audiência, o *Olhar espnW* ainda recorre à temas que, muitas vezes, colocam em contradição os ideais defendidos. As pautas têm que se desdobrar, sair do âmbito esportivo, para que, de fato, o programa possa se afirmar como verdadeiramente feminino.

Desta forma, o programa constrói um lugar de fala para suas interlocutoras que é dúbio. Elas são colocadas como legítimas para debater e produzir conteúdo esportivo, mas, para o programa não perder a sua identidade feminina, é preciso que os temas socialmente tidos como “de mulher” apareçam em algum momento, o que inevitavelmente traz à tona estereótipos.

Diante dos elementos aqui abordados, essa pesquisa permite compreender a força de determinadas representações sociais para além das intencionalidades discursivas que são afirmadas na linha editorial. A análise realizada permite compreender como os valores

estabelecidos no cotidiano social são reverberados na televisão, ao mesmo tempo que são fortalecidos pela mídia. O trabalho contribui ainda com um caminho possível para que se compreenda o espaço midiático que as mulheres vêm ocupando dentro da dinâmica do jornalismo esportivo: como são vistas e, sobre quais assuntos, são consideradas legítimas nesse meio. Além disso, esse trabalho ajuda a perceber como o crescente interesse feminino por esportes em geral tem influenciado na programação dos canais especializados. Vale destacar também que as questões de gênero e a luta feminista são temas em evidência na atualidade e programas como o *Olhar espnW* ganham cada vez mais importância na luta pela igualdade entre homens e mulheres.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABIAHY, A. C. A. **O jornalismo especializado na sociedade da informação**. Paraíba: Universidade Federal da Paraíba, 2000, 27 p. Ensaios. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/abiahya-ana-jornalismo-especializado.pdf>>. Acesso em: 20 de julho de 2017.

ADICHIE, Chimamanda Ngozi. **Sejamos todos feministas**. São Paulo: Companhia das letras, 2014.

AGUIAR, Emilian Ferreira de. **Telejornalismo esportivo: A mulher no mundo do futebol**. Uma análise do programa Globo Esporte Ceará. Monografia (Bacharel em Comunicação Social - Habilitação em Jornalismo). Centro de Ensino Superior do Ceará, Faculdade Cearense, Fortaleza, 2012.

ARONCHI, José Carlos de Souza. **Gêneros e formatos na televisão brasileira**. São Paulo: Summus, 2004.

BARBEIRO, Heródoto e RANGEL, Patrícia. **Manual do jornalismo esportivo**. São Paulo: Contexto, 2012.

BRAGA, José Luiz. **"Lugar de fala" como conceito metodológico no estudo de produtos culturais**. In: Mídia e processos sócio-culturais. São Leopoldo: PPGCO M/Unisinos, 2000.

BERGER, Peter L; LUCKMANN, Thomas. **A Construção Social da Realidade: tratado de sociologia do conhecimento**. Petrópolis: Vozes, 1985.

BUTLER, Judith. **Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2010.

CAPARELLI, Sérgio; LIMA, Venício A. de. **Comunicação e televisão: desafios da pós-globalização**. São Paulo: Hacker, 2004.

CARVALHO; GROHMANN. **Jornalismo Esportivo VS Esporte Feminino**. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação: São Paulo, 2016. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-2896-1.pdf>>. Acesso em 14 de setembro de 2017.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das Mídias**. São Paulo: Contexto, 2009.

COBRA, Bianca Lemos. **Programa Bem Estar - Estratégias discursivas na narrativa televisiva da Rede Globo**. Monografia (Bacharel em Jornalismo). Universidade Federal de Ouro Preto. Mariana, 2015.

COELHO, Paulo Vinicius. **Jornalismo esportivo**. São Paulo: Contexto, 2009.

DANTAS, Monique de Andrade. **Mulheres no jornalismo esportivo**. Monografia (Bacharel

em comunicação social - Habilitação em Jornalismo). Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2016.

DUARTE, Elisabeth Bastos. **Televisão: ensaios metodológicos**. Porto Alegre: Sulina, 2004.

FOUCAULT, Michael. **A Ordem do Discurso. Aula inaugural no Collège de France, pronunciada em 2 de dezembro de 1970**. São Paulo: Edições Loyola, 1999.

GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana**. Petrópolis, Vozes, 1985.

GUTMANN, Juliana Freire. **Formas do telejornal: linguagem televisiva, jornalismo e mediações culturais**. Salvador: EDUFBA, 2014.

JODELET, Denise. **Representações Sociais: um domínio em expansão**. In: As Representações Sociais. Rio de Janeiro: Editora da UERJ, 2001.

JOST, François. **Seis lições sobre a televisão**. Porto Alegre: Sulina, 2004.

LOURO, Guacira Lopes. **Gênero, Sexualidade e educação: uma perspectiva pós-estruturalista**. Petrópolis: Vozes, 1997.

NYE, Andrea. **Teoria Feminista e as Filosofias do homem**. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 1995.

OLIVEIRA, Giordano Bruno Medeiro e. **Futebol na segunda tela: as estratégias de transmediação do esporte interativo na copa do Nordeste**. Dissertação (Mestrado). Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2016.

REPUCOM. **Women and sport**. Disponível em:
http://www.iboperepucom.com/media/2015/03/REP_Women_and_Sport-Report_final.pdf.
Acesso em: 20 maio de 2017.

RIBEIRO, Thamiris da Silva; LEITE, Agatha da Silva; MESSIAS, Marcela Barreto. **Representações dos papéis sociais da mulher na família contemporânea**. Universidade Cândido Mendes, Rio de Janeiro.

RIGHI, Anelise Farençena. **As Donas da Bola: inserção e atuação das mulheres no jornalismo esportivo televisivo**. Monografia (Bacharel em Jornalismo). Centro Universitário Franciscano, Santa Maria, 2006.

ROMERO, Elaine. **A hierarquia de gênero no jornalismo esportivo**. In: III Fórum de debates sobre mulher & esporte: mitos e verdades. Universidade Castelo Branco, Rio de Janeiro, 2004.

SANTOS, Vanessa de Araújo. **As bolas da vez: A invasão das mulheres no Jornalismo Esportivo Televisivo Brasileiro**. Monografia (Bacharel em Comunicação social – Habilitação em Jornalismo). Centro Universitário de Brasília UniCEUB, Brasília, 2012.

TAVARES, F. M. B. **O jornalismo especializado e a especialização periodística**. Estudos em comunicação, Curitiba, v 5, n 1, p. 115-133, maio 2009. Disponível em: <<http://www.ec.ubi.pt/ec/05/pdf/06-tavares-acontecimento.pdf>>. Acesso em: 19 de julho. 2017.

VIEIRA, Josênia Antunes. **A identidade da mulher na modernidade**. Delta, 2005, vol.21.

VERÓN, Eliseo. **Fragmentos de um tecido**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2005.

VERÓN, Eliseo. **Les médias en reception: les enjeux de la complexité**. Mediaspouvoir, Paris: Bayard Presse, n. 21, janvier-fevrier-mars, 1991.

WILLIAN, Wagner. **Olho no lance: Silvio Luiz**. São Paulo: Nova Cultural, 2002.

WOLF, Naomi. **O Mito da Beleza: Como as imagens das mulheres são usadas contra as mulheres**. Rio de Janeiro: Rocco, 1992.



UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE JORNALISMO

DECLARAÇÃO DA ORIENTADORA

Certifico que a aluna Nathália Silva Fiuza, autor do trabalho de conclusão de curso intitulado “Mulher no telejornalismo esportivo: a construção de sentidos no programa Olhar espnW”, efetuou as correções sugeridas pela banca examinadora e que estou de acordo com a versão final do trabalho.

Mariana, 25 de abril de 2018.

A handwritten signature in black ink, reading 'Denise Figueiredo Barros do Prado', is written over a horizontal line.

Prof.^a Dr.^a Denise Figueiredo Barros do Prado