



UNIVERSIDADE DA BEIRA INTERIOR
Artes e Letras

**Representação das atletas nos Jogos Olímpicos de
2016:
uma análise da Revista AzMina e do Globo Esporte**

Tatiane Bispo Homem

Dissertação para obtenção do Grau de Mestre em
Jornalismo
(2º ciclo de estudos)

Versão final após a defesa

Orientador: Prof^a. Doutora Ana Leonor Morais Santos

Covilhã, Agosto de 2017

Agradecimentos

Durante a trajetória do meu mestrado foram várias as pessoas que colaboraram para que eu seguisse em frente e não deixasse que as pedras no caminho, as quais teimavam em aparecer, pudessem de alguma forma mudar os rumos que escolhi. Sei que algumas linhas não são suficientes para expressar toda a gratidão que possuo por estas pessoas, mas tentarei! Aos meus pais, irmãos, muito obrigada! Não há poema, frase, ou verso que expresse todo o amor que sinto por vocês, e o quanto sou grata por terem se esforçado para me ajudar a realizar o meu sonho. Cada palavra de incentivo foi essencial e teve um valor inenarrável.

Pai, obrigada por me ensinar a ser essa pessoa questionadora, inquieta e teimosa (traços esses que herdei de ti), afinal, essas foram as principais características que me levaram a querer ser jornalista. Além disso, as tuas cobranças excessivas para que eu fizesse o melhor que eu conseguia, naquilo que me propunha a fazer; a exacerbada disciplina e o perfeccionismo foram responsáveis por moldar a profissional que sou hoje.

Mãe, obrigada. Pelos mimos, pela preocupação que possui comigo nas 24h do dia, e pelo lado sentimental que me passaste. Admiro a tua coragem, persistência e o jeito como encara os inúmeros problemas com que a vida nos surpreende. Saber que tinha o seu colo toda vez que voltava para casa me deu forças para continuar. Obrigada a vocês dois pelo apoio sentimental e financeiro. Sem vocês nada faria sentido.

Obrigada aos meus irmãos, Darven, Marcello e Gabriel, por todo o amor de sempre. A todos os amigos que acompanharam essa minha trajetória, em especial a Marina e Katty.

Agradeço também aos professores e colegas da Universidade da Beira Interior, em especial à orientadora desse projeto, professora doutora Ana Leonor Santos.

Resumo

Este trabalho tem como objetivo analisar as significações que foram produzidas em relação às atletas durante a cobertura dos Jogos Olímpicos de 2016 pela Revista AzMina e pelo GloboEsporte.com. Com este fim, foram selecionadas 16 matérias, sendo oito da mídia feminista e oito da mídia convencional, compreendendo o período de 1 de junho a 21 de agosto de 2016. A metodologia adotada integra a Análise de Conteúdo. Como base teórica, empregou-se os estudos de esporte, mulher e corpo, proposto por Jorge Dorfmann Knijnik; corpo e poder, por Michel Foucault, e Cultura da Convergência, defendida por Henry Jenkins. A questão-problema do trabalho interroga quais as principais diferenças de abordagem entre os meios de comunicação convencional e o engajado com o feminismo quando o foco é a mulher como atleta. Por meio das leituras das publicações e da concretização do objetivo proposto, foram constatadas diferenças, assim como também certas similitudes, expostas após o referido enquadramento teórico.

Palavras-chave

Jornalismo, Jogos Olímpicos de 2016, Revista AzMina, GloboEsporte.com, atletas

Abstract

The aim of this piece is to analyze the content that was produced by AzMina Magazine and GloboEsporte.com concerning the coverage of the athletes during the 2016 Olympic Games. To do that 16 subjects were selected, eight from the feminist media and eight from the conventional or mainstream media. They cover the period from June 1. to August 21. 2016. The used methodology is Content Analysis. Therefore the theoretical basis is provided by: “Woman and bodys studies” proposed by Jorge Dorfmann Kinjnik; “Body and power” by Michel Foucault and “Culture of Convergence” advocated by Henry Jenkins. The assumption of this work questions the different approaches between the conventional media and the one concerned with feminism, whenever the focus is on women as athletes. Throughout the classification of the material many differences were dicovered, as well as some similarities.

Keywords

Journalism, 2016 Olympic Games, AzMina Magazine, GloboEsporte.com, athletes

Índice

Lista de imagens	XI
Lista de tabelas e gráficos	XIII
Lista de Acrônimos	XV
Introdução	1
Parte I: Enquadramento Teórico	
Capítulo 1: Mania de musas: as atletas segundo o mundo esportivo	5
1.1 Resgate histórico das mulheres no esporte	5
1.1.1 Resgate histórico na Europa entre os séculos XVII e XVIII	8
1.1.2 Resgate histórico nos Estados Unidos entre os séculos XVII e XX	9
1.1.3 Resgate histórico no Brasil	11
1.2 O gênero como guia	13
1.2.1 Estudos de gênero	15
1.2.2 Relações de gênero na mídia convencional	21
1.3 Corpo, poder e indivíduo	25
Capítulo 2: Cenário de convergência - jornalismo não sexista feito por mulheres e para mulheres	29
2.1 Jornalismo e suas responsabilidades sociais	29
2.1.1 O jornalismo e a cultura	31
2.2 Relações entre jornalismo e o gênero	33
2.3 Cultura da convergência	35
2.3.1 Blogs e a inteligência coletiva	39
2.4 Interações em rede	41
Parte II: Estudo Empírico	
Capítulo 3: Apresentação dos veículo a serem analisados	47
3.1 Revista AzMina	47
3.2 GloboEsporte.com	52
3.3 Objetivos e hipóteses	56
3.4 Metodologia e desenho da investigação	56
Capítulo 4: Processo de construção do discurso tradicional versus mídia feminista	61
4.1 Postagens analisadas	61
4.1.1 Perfil das atletas	61
4.1.2 Foco abordado em cada matéria	62
4.1.3 Foco abordado no título da matéria	66
4.1.4 Menção a características físicas	67
4.1.5 Referências à idade e sua conotação	70
4.1.6 Referência heteronormativa	72
4.1.7 Presença de adjetivos	73

4.1.8 Referências à atividade doméstica e maternidade	74
4.1.9 Trechos de alusões à atleta para aproximar o leitor da personagem	75
4.1.10 Referências às conquistas das atletas	76
Conclusão	79
Bibliografia	83

Lista de Imagens

Imagem 1: Diferenças de salários entre Neymar e Marta	24
Imagem 2: A montagem de Osama Bin Laden e Beto, de Vila Sésamo, circulou por protestos no Oriente Médio.	37
Imagem 3: Manual da Revista AzMina ensina como não ser machista em contextos esportivos	42
Imagem 4: Como funciona o processo de doação na Revista AzMina	50
Imagem 5: Como a equipe da Revista Azmina utiliza o dinheiro?	51
Imagem 6: Layout do portal Globo	53
Imagem 7: GloboEsporte.com	54
Imagem 8: Biotipo dos atletas	55

Lista de Tabelas e Gráficos

Tabela 1: Comparação entre as datas das primeiras competições nacionais do sexo masculino e do sexo feminino	13
Tabela 2 – Obras elencadas por Ana Carolina Escosteguy sobre mídia e gênero	16
Tabela 3 - Crescimento das pesquisas de gênero no Brasil	20
Tabela 4: Média do número de palavras em reportagens da Folha de São Paulo nos dados coletados entre agosto de 2002 e março de 2003	22
Tabela 5 - Publicações analisadas (veículo de comunicação, tema, data de publicação, título)	58
Tabela 6 - Foco abordado no título da matéria	66
Tabela 7 - Referências a características físicas	68
Tabela 8 - Valoração da idade	71
Tabela 9 - Referência heteronormativa	72
Tabela 10 - Presença de adjetivos	73
Tabela 11 - Referências às conquistas das atletas	76
Gráfico 1: Número de mulheres em cada olimpíada	6
Gráfico 2: Estreias femininas nas modalidades olímpicas	7

Lista de Acrónimos

GRP	Gabinete de Relações Públicas
UBI	Universidade da Beira Interior
UNIBAN	Universidade Bandeirante de São Paulo
UFRJ	Universidade Federal do Rio de Janeiro
UMESP	Universidade Metodista de São Paulo
UNICAMP	Universidade Estadual de São Paulo
USP	Universidade de São Paulo
UFRGS	Universidade Federal do Rio Grande do Sul
BDTD	Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações
IBICT	Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia
UNB	Universidade de Brasília
UFBA	Universidade Federal da Bahia
PUCRS	Universidade Católica do Rio Grande do Sul
UFSCAR	Universidade Federal de São Carlos
PUCSP	Universidade Católica de São Paulo
ESPN	Sports Programming Network
IPEA	Pesquisa Econômica Aplicada
UFRN	Universidade Federal do Rio Grande do Norte
COI	Comitê Olímpico Internacional

Introdução

Uma pesquisa realizada pela Cambridge University Press¹, publicada no dia 5 de agosto de 2016, analisou mais de 160 milhões de palavras de jornais, blogs e postagens em redes sociais - entre outras fontes - relativas à cobertura dos meios de comunicação sobre os esportes olímpicos e verificou que as palavras mais usadas em diversas combinações em relação às mulheres são “grávida”, “idade”, “solteira”. Já em relação aos homens, as palavras mais utilizadas foram “forte”, “grande”, “fantástico”. A pesquisa diz ainda que há duas vezes mais probabilidades que uma esportista seja chamada de “senhora” do que um atleta de “cavalheiro”. O estudo conclui que a linguagem que é utilizada pelos meios de comunicação condicionam as atitudes de gênero para o esporte, ou seja, há diferenciações na abordagem entre homens e mulheres esportistas.

No contexto histórico mundial, diferenciações culturais entre mulheres e homens sempre existiram, bem como as suas distinções no esporte e na mídia. As motivações para a realização dessa pesquisa vieram da vontade de entender a mídia convencional e as constantes pressões exercidas sobre a mulher e, principalmente, sobre seu corpo. As indústrias da moda, do sexo, da estética usam a imagem da mulher para vender todos os produtos e, mesmo que involuntariamente, criam um estereótipo de que o sexo feminino tem de se encaixar em uma série de padrões predeterminados, como ser magra. A normatização do corpo, criada tanto pela medicina, que defende que uma pessoa gorda representa, ao menos potencialmente, um problema de saúde, quanto pela publicidade, que lembra insistentemente que se deve ter um corpo considerado “perfeito”, influencia diretamente as relações humanas. Com o objetivo de mudar a comunicação jornalística no que se refere ao discurso de gênero e representatividade, surgiram nos últimos anos blogs feministas criados pelo público feminino.

Neste estudo, a palavra feminismo será utilizado para caracterizar os movimentos sociais voltados para a luta pelos direitos das mulheres, com o objetivo de alcançar a liberdade da mulher e o fim das estruturas patriarcais. Algumas das pautas feministas envolvem a igualdade de salários entre homens e mulheres quando trabalham na mesma função, a não obrigação dos afazeres domésticos pelas mulheres, o espaço político também direcionado para a mulher, a não discriminação no mercado de trabalho e a ideia de que suas oportunidades não devem ser limitadas aos papéis de gênero que a sociedade impõe sobre elas, e também a defesa de que a representação da mídia não pode reduzir a estereótipos que ajudam a oprimir a classe feminina.

¹Aesthetics, athletics and the olympics, disponível em www.cambridge.org/about-us/news/aest/. Consultado em 12/10/2016.

Concebidos, geralmente, por uma equipe fundamentalmente feminina, os recentes portais de comunicação mostram-se como um interessante ponto de partida para um estudo científico. As responsáveis que integram os blogs utilizam esta ferramenta para tentar mudar paradigmas atrelados a um público saturado de viver sob padrões que a sociedade impõe. As feministas encontraram na web a facilidade em comunicar com outras mulheres sobre temas relacionados com o feminismo.

Dentro desse contexto, assuntos atuais aparecem como um dos temas recorrentes em blogs feministas, como no caso dos Jogos Olímpicos de 2016. É dentro desse tema que se localiza o objeto de estudo deste trabalho. Em pesquisa inicial constatou-se a diferença de abordagem durante os Jogos Olímpicos de 2016 entre os meios convencionais e blogs feministas quando o foco eram as mulheres como atletas. Os jogos ocorreram entre os dias 5 e 21 de agosto, na cidade do Rio de Janeiro, localizada no Brasil. As questões e inquietações surgidas durante a cobertura de um dos maiores eventos esportivos geraram esta dissertação. Cientes da pouca representatividade da mulher no esporte, e das distinções na forma como são abordadas pelas mídias convencionais, estes blogs autodenominados feministas procuraram fazer uma cobertura dos Jogos com o enfoque principal na mulher como atleta.

Diante disso, o presente trabalho tem como ponto de partida analisar a abordagem dos meios de comunicação sobre as atletas durante a cobertura dos Jogos Olímpicos de 2016, com o propósito de verificar as convergências e divergências dos enunciados entre a mídia convencional e os blogs feministas. Entende-se aqui como blog feminista um meio de comunicação criado para empoderar as mulheres, cujo objetivo é defender a igualdade de direitos entre homens e mulheres.

Pretende-se, assim, responder com a investigação à seguinte questão: *quais são as principais diferenças de abordagem entre os meios de comunicação convencional e o engajado com o feminismo quando o foco é a mulher como atleta?* O objetivo do trabalho é identificar que significações foram produzidas em relação às atletas durante a cobertura dos Jogos Olímpicos de 2016. Para realizá-lo, foram analisadas 16 matérias, sendo oito do GloboEsporte.com² e oito da Revista AzMina³.

Esta dissertação, que tem os dois meios de comunicação citados anteriormente como objeto de estudo, está estruturada em quatro capítulos, seguidos das considerações finais. No primeiro capítulo, denominado “Mania de musa: as atletas segundo o mundo esportivo” será feito um resgate histórico de como era a participação das mulheres no esporte na Europa, nos Estados Unidos e no Brasil, as principais dificuldades encontradas e, também, de como esse percurso da inclusão feminina no esporte reflete o histórico de desigualdade de gênero. Será

²<http://globoesporte.globo.com/>

³<http://azmina.com.br/>

apresentada a forma como os meios de comunicação convencional abordam as atletas e, logo em seguida, a problematização das questões do corpo e sexualidade.

No segundo capítulo, denominado “Cenário da convergência - jornalismo não sexista feito por mulheres e para mulheres”, a pesquisa abordará as mídias, a começar pelo jornalismo; em seguida transita pelo conceito de acontecimento, e contextualiza o cenário da convergência em que há um processo de produção de informação e de opiniões independente do jornalismo de referência, além de um processo de circulação para além das mídias convencionais. Alguns blogs feministas serão brevemente apresentados e, ao fim, o blog analisado: Revista AzMina.

O terceiro capítulo, “Apresentação dos capítulos a serem analisados”, versa sobre o objeto empírico. Trata-se de uma apresentação da metodologia utilizada, e das escolhas para a seleção dos textos para análise. Os objetivos dessa pesquisa são:

1. Saber que significações foram produzidas em relação às atletas durante a cobertura dos Jogos Olímpicos de 2016.
2. Identificar, por meio da comparação das publicações, os sentidos que a mídia convencional e a mídia de referência deram às atletas.
3. Identificar os aspectos textuais que a mídia convencional e a mídia feminista deram às atletas.
4. Analisar de que maneira as concepções de gênero se manifestam e são representadas nas notícias veiculadas.

O projeto possui as seguintes hipóteses:

H1: A mídia convencional utiliza diferentes estratégias para manter a aparente objetividade do discurso jornalístico;

H2: O discurso proferido pela mídia convencional contém ideologias machistas;

H3: A ideologia representada pela mídia feminista busca a equidade de gênero.

A metodologia utilizada será Análise de Conteúdo. Para isso, serão averiguadas as 16 matérias, correspondentes ao período entre 1 de junho e 21 de agosto de 2016. Teremos oportunidade de verificar se as/quais das hipóteses colocadas se confirmam, a partir daí, qual a representação das mulheres veiculada pelas mídias em questão.

1. Mania de musas: as atletas segundo o mundo esportivo

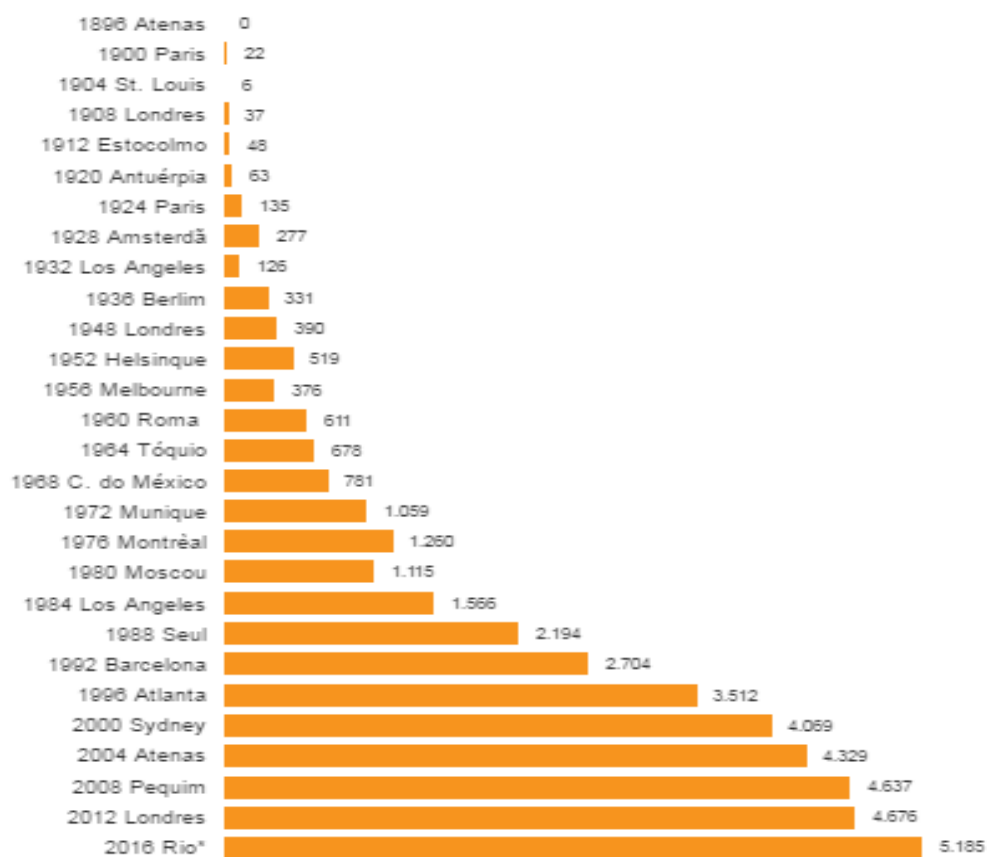
Para a construção do trabalho a fundamentação teórica circula entre três temáticas: esporte, mulher e corpo, sugerida por Jorge Dorfmann Knijnik; corpo e poder - propostas por Michel Foucault; além das configurações da Cultura da Convergência, defendida por Henry Jenkins. Desta forma, parece possível fazer uma conexão com a cobertura dos Jogos Olímpicos de 2016 por meio dos meios de comunicação convencional *versus* a mídia feminista.

O presente capítulo traz um resgate histórico das mulheres no esporte na Europa, nos Estados Unidos e no Brasil. Também são trazidas as definições de gênero e de seu reflexo na sociedade, além da relação com a importância que o corpo detém e o poder que exerce.

1.1 Resgate histórico das mulheres no esporte

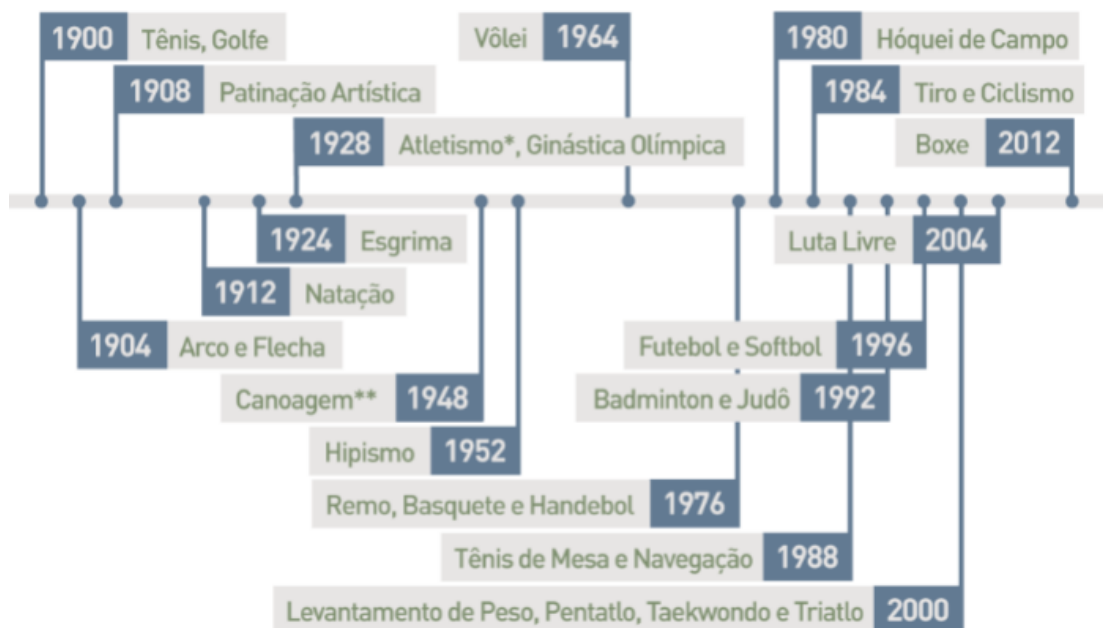
Os Jogos Olímpicos de 2016 foi marcado por ter o maior percentual de mulheres na história das Olimpíadas. Segundo dados do Comitê Olímpico Internacional (COI), elas representaram 5.185 dos 10.444 atletas que disputaram 145 dos 306 eventos esportivos dos Jogos Olímpicos de 2016. Isso equivale a 45,2% do total de participantes e 47,4% das provas. Mas, como se pode observar nos gráficos 1 e 2, essa realidade nem sempre foi assim.

Gráfico 1: Número de mulheres em cada olímpiada



Fonte: Folha de São Paulo. <http://www1.folha.uol.com.br/esporte/olimpiada-no-rio/2016/08/1797479-potencias-olimpicas-tem-maior-participacao-feminina-na-rio-2016.shtml>. Acesso em 10/12/2016.

Gráfico 2: Estreias femininas nas modalidades olímpicas



Fonte: Gênero e Número <http://www.generonumero.media/atletas-mulheres-olimpiadas/>. Acesso em 02/12/2016.

Em relação ao gráfico 2, o site faz um adendo e destaca que a Canoagem não faz parte da categoria feminina na modalidade canoa - uma das disputadas na Rio - 2016.

A principal dificuldade da inserção das mulheres nos jogos é que as Olimpíadas da Era Moderna já foram criadas com o objetivo de somente homens participarem. “A inclusão feminina nas Olimpíadas enfrentou, desde a gestação dos Jogos Olímpicos da era moderna, grande oposição por parte dos primeiros integrantes do Comitê Olímpico Internacional” (Knijniki, 2001, p. 12). Estes queriam, segundo o autor, resgatar a forma de disputa da Grécia Antiga, com o objetivo de reintroduzi-la no mundo contemporâneo. O primeiro presidente do Comitê Olímpico e nobre francês, Pierre de Fredi, tinha uma opinião bem firme em relação à participação das mulheres nos jogos.

Via os jogos como festivais de esporte para homens de todo o mundo, brancos e jovens de classe alta. A antiga exclusão que gregos faziam das mulheres em seus festivais era totalmente aceita por Coubertin, o qual via os “seus” jogos da era moderna como um meio de preparar os jovens rapazes franceses para o serviço militar, assim como para os papéis de liderança no governo e nos negócios. Tal postura colocava a participação feminina como irrelevante. (Welch & Costa, 1994 apud Knijniki, 2001, p. 12)

Os Jogos Olímpicos da Antiguidade iniciaram-se no ano de 776 a.C. com o intuito de treinar os soldados para atividades de guerra, e Pierre de Fredi queria que os Jogos trouxessem esse modelo de Olimpíada de volta: “o Barão tinha ainda a crença que as mulheres perderiam o seu charme feminino ao se engajarem em atividades extenuantes” (Welch & Costa, 1994 *apud* Knijniki, 2001).

Somente em 1995, às vésperas dos Jogos Olímpicos da Era Moderna completarem 100 anos, o COI inaugurou a Comissão Mulheres no Esporte. A partir daí, a nova Comissão criou diretrizes mais claras para diminuir as desigualdades de gênero e começou a trabalhar junto às entidades esportivas nacionais para ampliar o número de mulheres nos Jogos. Em 1996, ano do centenário Olímpico, o COI realizou a primeira Conferência sobre Mulheres e Esporte. De acordo com Knijniki (2001), fatores que contribuíram para a inserção das mulheres no esporte foram o movimento feminista das décadas de 1960/70, a constante crescente participação das mulheres no mercado de trabalho, e a atividade física e recreativa implantada nas escolas.

Jorge Dorfman Knijniki (2001), em *Ser é percebido: uma radiografia da imagem corporal das atletas de handebol de alto nível no Brasil*, faz um apanhado histórico da evolução feminina nos Estados Unidos, Brasil e Europa. Como a historiografia não é o foco principal do trabalho, o autor comenta algumas das principais passagens históricas com o objetivo de fazer uma caracterização geral do panorama em que a atividade física e esportiva se desenvolveu. Vale ressaltar que o histórico aqui apresentado é uma breve contextualização do que o autor faz em sua obra, e o intuito é mostrar que a participação das mulheres no esporte está em constante crescimento. Note-se que não faz parte deste trabalho abranger toda a historicidade das mulheres nesse âmbito, mas apenas elencar elementos fundamentais para o estudo do fenômeno como um todo.

1.1.1 Resgate histórico na Europa entre os séculos XVII e XVIII

Faz-se importante aqui realizar o resgate histórico das atividades esportivas das européias. Na Europa, mesmo as mulheres sendo excluídas da participação política e de vantagens econômicas e sociais, elas tinham espaço em algumas modalidades esportivas (Knijniki, 2001). O autor conta que no século XVII as mulheres praticavam cricket, boliche, faziam apostas e lutavam boxe em festivais comunitários e religiosos. “Havia também esportes náuticos para as mulheres, sendo que a cidade de Veneza instituiu uma regata anual para elas a partir do século XVII; as mulheres disputavam ainda jogos com bola, como o trapball (precursor do beisebol)” (Knijniki, 2001, p. 26). Porém, segundo o autor, as provas femininas mais concorridas eram as corridas, sendo mais frequentes e populares que as masculinas. Knijniki reforça que as corridas das mulheres atingiram uma “Idade de Ouro” no século XVIII, com uma periodicidade e uma significação maior que as provas dos homens (Knijniki, 2001 *apud* Park, 1994).

No final do século XIX, tornou-se-se comum entre as mulheres a prática de bicicleta, do tênis e as caminhadas (Messner, 1995). Antes disso, no entanto, a prática destas atividades físicas era vista “uma novidade imoral, uma degenerescência e até mesmo pecado” (Messner, 1995, p. 45). Ainda segundo o autor, nesta época era comum contestar tudo que pudesse desviar as mulheres do papel de mãe e da dedicação exclusiva ao lar. Os exercícios recomendados pelos médicos para as mulheres tinham como intuito a prevenção de doenças, a manutenção da saúde reprodutiva e o embelezamento de seus corpos - diferente do que era proposto para os homens (Vertinsky, 1990). Vertinsky (1990) ressalta que o determinismo biológico - ou seja, a diferença biológica entre mulheres e homens - era a justificativa que os profissionais da saúde utilizava para as desigualdades das práticas de atividades físicas. O que se constata que a prática de exercícios físicos não era neutro, mas revestida de significados e valores diferentes entre gêneros.

1.1.2 Resgate histórico nos Estados Unidos entre os séculos XVII e XX

Nos Estados Unidos, apesar de atualmente ser um país com grande representatividade nos jogos olímpicos, a inserção das mulheres nos esportes foi diferente do seu correspondente masculino. Segundo Knijniki (2001), o masculino sempre esteve presente em grandes competições, “enquanto o feminino proveio da Educação Física organizada, e de atividades físicas, recreativas e esportivas não competitivas” (Knijniki, 2001, p. 23).

Durante a colonização do país (final do século XVII e início do século XVIII), não era comum a realização de atividades esportivas. Segundo Knijniki (2001), mesmo assim ocorriam grandes eventos intercomunitários, e competições masculinas, como o *cross-country*⁴. As mulheres faziam-se presentes como colaboradoras em algumas atividades, e atuavam no auxílio à alimentação e apostas. No final do século XVII e início do seguinte, graças às novas gerações, surgiu o interesse por jogos, danças e cultura popular.

Além de participarem ativamente nesta construção de jogos e folguedos populares, as mulheres também ganhavam destaque quando se envolviam com negócios. As tavernas da época eram um grande centro social, de diversão e encontro, e seus proprietários, os quais muitas vezes eram mulheres, tinham o poder de fornecer crédito para jogos e espaço e equipamento para competições. (Struna, 1994, p. 49)

Atividades como feiras de agricultura também contaram com a presença feminina. De acordo com Knijniki (2001), as negro-africanas corriam a pé em troca de produtos, e as euro-americanas apreciavam as corridas de cavalo.

Os jogos e todo o tipo de recreação e atividades físicas estavam neste momento sendo criados. As pessoas se engajavam em termos de conquistar espaço nas negociações das novas atividades. As mulheres participavam neste processo ao

⁴ O *cross-country* geralmente é praticado com longos percursos, e em terrenos acidentados, com montanhas, trilhos e rochas.

construir os seus jogos recreativos, e isto era uma forma de discurso social. (Knijniki, 2001, p. 28).

Ainda segundo o autor, mesmo com essa significativa participação das mulheres nestas atividades, a ideologia da época defendia que a mulher pertencia ao lar.

No século XIX, as mulheres ainda estavam extremamente limitadas no seu papel na sociedade e o “único esporte mais aceito para elas era o hipismo, por manter sua graça e feminilidade intactas. Nas escolas, as garotas tinham poucas chances para uma prática de atividades físicas” (Knijniki, 2001, p. 28). O autor destaca que anos antes de acontecer a Guerra Civil Americana alguns reformadores da saúde levantaram questões relativas à educação física para as mulheres. “As décadas de 1820-1860 foram marcadas por pessoas que preconizavam a adesão da mulher aos exercícios físicos, como forma de aquisição e vigor físico. Uma das lideranças deste movimento foi Catherine Beecher a qual fundou dois seminários exclusivos para garotas” (Knijniki, 2001, p. 29). Mas, ao mesmo tempo em que surgiam essas novas opiniões, outras contrárias a estes anseios também existiam.

Se por um lado os conceitos de feminilidade e a teoria da capacidade menstrual faziam com que as mulheres aceitassem as suas limitações físicas e atléticas, por outro lado existia uma noção clara que a força física e a saúde eram atributos essenciais à maternidade. Neste contexto, a liberação esportiva e física da mulher era absolutamente enquadrada pelas noções pré-concebidas da sua natureza e capacidade. (Knijnik, 2001, p. 30)

O ciclismo, as atividades coletivas nas escolas e a ginástica sueca foram as principais atividades que impulsionaram a inclusão das mulheres no esporte. Segundo Knijniki (2001), em 1980, o esporte favorito das americanas foi o basquete. Apesar destes avanços, no entanto, é importante frisar que as mulheres que praticavam esportes ainda eram minoria, pois “os conceitos arraigados das limitações biológicas da mulher para praticar esporte, dos malefícios da prática feminina e, ao contrário, dos benefícios que só os homens alcançavam fazendo esportes, ainda prosseguiram por longo tempo” (Knijniki, 2001, p. 31).

No século XX, o presidente da época, Theodore Roosevelt, declarou que esportes agressivos somente poderiam ser para os homens, e era no campo de futebol que eles conseguiam uma supremacia incontestável. O autor Knijniki (2001) cita Hult (1994) que elenca as temáticas recorrentes durante o processo de aproximação da mulher ao esporte neste período, e se resumem ao seguinte:

- A noção médica da fragilidade inerente à mulher devido à sua anatomia e fisiologia;
- Casamento, maternidade e o serviço doméstico como os principais componentes do comportamento feminino;
- Ideias separatistas de algumas professoras de educação física, agindo e orientando a sua prática como um refúgio seguro numa sociedade competitiva e dominada por homens.

Este último item, de acordo com Knijniki (2001), foi fundamental para a inclusão da mulher no esporte a partir deste período. “A esta diferenciação nas origens dos modelos esportivos para cada gênero, adicione-se o fato que as primeiras mulheres professoras de Educação Física foram as pioneiras a experimentar uma nova forma de ser mulher, diferente da opção válida desde então - do lar” (Knijniki, 2001, p. 32). Estas professoras, ainda de acordo com o autor, tiveram grandes oportunidades de trabalho durante a Segunda Guerra Mundial. Elas conduziram os programas de alto nível para o departamento de guerra.

. . . e começaram a questionar os valores com os quais haviam crescido - ideais como participação de todas, esportes recreativos, maior amizade e solidariedade e menor competitividade, entre outros, começaram a ser abertamente questionados. Desta forma, durante os anos 1940 - 1950, as tentativas das antigas gerações em “proteger” o esporte feminino do “lado competitivo masculino” tornaram-se inócuas. (Knijnik, 2001, p. 33)

O padrão da família norte-americana de classe média da época era constituído por mulheres que se ocupavam em trabalhar em casa e cuidar dos filhos e maridos, e os homens passavam o dia no trabalho. Mas, segundo Knijniki (2001), boa parte das meninas que vinham de famílias de baixa renda já trabalhava desde cedo, em várias atividades. O que a guerra fez foi começar a valorizar essa mão de obra e driblar alguns preconceitos da classe.

1.1.3 Resgate histórico no Brasil

O autor Knijniki (2001) fez um resgate histórico da educação física e do esporte para mulheres no Brasil, e concluiu haver uma escassez de documentação histórica que relate a evolução no esporte dentro do país. Ele acredita que isso se deve ao fato de que não houve um confronto explícito, mas que foi um processo gradual de inserção. Outra problemática encontrada pelo autor é a de que as poucas fontes bibliográficas que existem foram relatadas por homens, e assim todos os registros sobre as mulheres foram feitos sob o viés dos homens. No levantamento histórico realizado por Knijnik (2001) foi constatado que a sociedade brasileira escolhia os esportes que podiam ou não ser praticados pelas mulheres. Até 1979, por exemplo, o Conselho Nacional do Esporte proibia a participação das atletas no futebol. Somado a isso, profissionais da saúde legislavam quais práticas eram adequadas ou não para as mulheres com base em seus “argumentos” científicos. Knijnik (2001) cita uma opinião encontrada no arquivo da Escola Nacional de Educação Física:

É claro que qualquer um de nós que vive a especialidade citará, de imediato, várias atividades indicadas (para as mulheres) (...) e várias contra-indicadas: todas aquelas que condicionam muitos contatos pessoais, como o famigerado futebol feminino, inclusive o futebol de salão. É uma monstruosidade ver-se vinte mulheres, porque duas estão no goal, perseguindo desordenadamente uma bola em condições as mais antipáticas e desgraciosas. (Areno, 1994 *apud* Knijnik, 2001, p. 36)

Um fator importante a destacar é que essa opinião era comum nesse período. Outras pessoas com pensamentos semelhantes a esses são citadas por Knijnik (2001), como o fisiologista Mario Carvalho Pini (1978) que defendia que a mulher não deveria participar de modalidades esportivas como o *rugby*, o futebol, as lutas, por implicarem um enorme desgaste físico. Em contrapartida, os esportes que favoreciam e exaltassem sua beleza física, a graça de seus movimentos e sua delicadeza eram aceitos para as mulheres. “Enfim, são estas as ideias a respeito do corpo feminino que emergem e dirigem a realidade do esporte e da atividade física para mulheres que se desenvolve no Brasil” (Knijniki, 2001, p. 37).

Deve-se ressaltar que a historiografia deste setor é incompleta e a maioria dos textos só aborda até ao período do Estado Novo (Knijniki, 2001). O autor faz um levantamento da cronologia da Educação Física e da prática esportiva para as mulheres no Brasil, que se resume em:

- 1852: O presidente da província do Amazonas foi taxativo ao regulamentar que as mulheres não fariam exercícios ginásticos. Na época, os próprios pais proibiam que suas filhas praticassem exercício físico.
- 1874: O governo do Rio de Janeiro tentou introduzir a prática de exercícios físicos nas escolas, mas a reação por parte dos familiares e alunos não foi boa. Alguns pais proibiram suas filhas de irem às aulas, e quando isso não acontecia, as próprias alunas recusavam-se a frequentar as aulas.
- 1882: O grande mentor da Educação Física Nacional Brasileira, Rui Barbosa, deu seu parecer ao projeto educacional de reforma do ensino primário e afirmou que a ginástica deveria ser obrigatória para homens e mulheres.
- Século XIX para o XX: A Escola Normal da Bahia reservava os exercícios físicos apenas aos alunos.
- Início da Era Republicana e começo do século XX: A ginástica ocorria para ambos os sexos.

Neste período, através da Reforma Fernando de Azevedo, foram especificados os conteúdos da prática da atividade física para as mulheres. Nesta época havia uma clara diferenciação do que era ou não permitido para as mulheres (Knijniki, 2001). A ginástica olímpica, por manter a beleza e a graça das mulheres, era aceita pela sociedade; enquanto os esportes que exigem mais força - como o futebol - eram reservados para os homens.

Knijniki (2001) utiliza em sua dissertação *Ser é ser percebido: uma radiografia da imagem corporal das atletas de handebol de alto nível no Brasil* uma tabela feita por Pereira (1984) que mostra as datas das primeiras competições nacionais para homens e mulheres em algumas modalidades esportivas.

Tabela 1: Comparação entre as datas das primeiras competições nacionais do sexo masculino e do sexo feminino

MODALIDADE	CAMPEONATO MASCULINO	CAMPEONATO FEMININO
NATAÇÃO	1898	1935
ATLETISMO	1925	1940
TÊNIS CAMPO	1923	1947
BASQUETEBOL	1925	1940

Fonte: (Knijniki, 2001 *apud* Pereira, 1984)

A tabela mostra o quão tardia foi a inserção das mulheres nos esportes olímpicos no Brasil quando comparada à inclusão dos homens. Os estigmas de donas de casa, mães de família e delicadas acompanharam boa parte das mulheres quando estas lutavam por um espaço nos esportes. Não bastasse esse estereótipo criado pela sociedade, também existe outro fator que reforça essa imagem: a mídia. Existe uma violência simbólica de gênero nos meios de comunicação convencionais que precisa ser tão discutida quanto a evidência de gênero mais concreta, pois, muitas vezes, uma legítima a outra.

1.2 O gênero como guia

O conhecimento dos estudos de gênero ajuda a compreender a postura dos meios de comunicação convencional em relação às formas de abordagem quando o foco são atletas homens e mulheres. O conceito de gênero (construção social sobre o que significa ser homem e mulher) aqui utilizado se apoia na teoria dos Estudos Feministas e,

Afasta-nos de abordagens que tendem a focalizar apenas papéis e funções de mulheres e homens para aproximar-nos de abordagens muito mais amplas que nos levam a considerar que as próprias instituições, os símbolos, as normas, os conhecimentos, as leis e as políticas de uma sociedade são constituídas e atravessadas por representações e pressupostos de feminino e masculino ao mesmo tempo em que estão centralmente implicadas com sua produção, manutenção ou resignificação. (Meyer, 2003, p. 16)

As diferenciações de gênero transformam as relações entre o masculino e o feminino, desiguais em todos os campos sociais: nas escolas, nos discursos, nas famílias, nas práticas sociais, e até mesmo no jornalismo (como será abordado mais adiante). A equipe do site

www.infojovem.org.br⁵ argumenta que as relações de gênero “criam padrões fixos do que é próprio para o feminino e para o masculino e reproduzem estas regras como um comportamento natural do ser humano, e criam condutas e modos únicos de se viver sua natureza sexual”.

É, portanto, no campo da cultura e do simbólico, e não do biológico, que as desigualdades se reproduzem. A denominação do sexo biológico traz implícita a expectativa sobre o gênero dos indivíduos, sobre os modos através dos quais deverá ser e estar na cultura: formas de viver, de vestir, de sentir, de falar (ou de calar), de agir, de se comportar, etc. Esses modos estão relacionados ao que foi convencionalizado como padrão normativo em uma sociedade, e não aos cromossomos dos indivíduos. (Silva, 2010, p. 51).

A realidade é que mesmo com as conquistas alcançadas pelas mulheres, ainda há um caminho a percorrer. Décadas de lutas feministas levaram à aprovação de leis que ajudaram a diminuir a opressão das mulheres no Brasil: o Código da mulher casada foi suprimido em 1962 do Código Civil e ela deixou de ser considerada relativamente incapaz, como são juridicamente os menores de idade; a Lei do Divórcio foi aprovada em 1977; a nova Constituição da República, de 1988, garantiu a igualdade de direitos e deveres entre homens e mulheres nas relações conjugais; a lei Maria da Penha⁶ foi sancionada em 2006; o Supremo Tribunal Federal considerou constitucional, em 2012, o aborto de fetos ancéfalos. Os avanços na legislação são notáveis (e também no esporte como abordado no capítulo anterior). Percebe-se, entretanto, que estas leis não são cumpridas no dia-a-dia.

O fato é que no plano de valores da cultura Ocidental, e da brasileira em especial, o feminino - e não apenas as mulheres - ainda é posto em condição desigual em relação ao que se convencionalizou socialmente como masculino. Relação esta que inclusive demonstra o quanto também o masculino pode ser feminilizado e, com isso, posto em situação de desigualdade e também de violência em nossa cultura. (Silva, 2010, p. 51)

Os estudos de gênero são complexos; o importante aqui é entender a sua definição e como esta se aplica na sociedade e cultura. Para exemplificar a teoria e torná-la mais simples, abaixo citamos um trecho do artigo de Calligaris em que o jornalista expõe que o problema na sociedade é o “gênero feminino” e não a categoria biológica “mulher”. O comentário refere-se a um acontecimento do dia 22 de outubro de 2009, em São Bernardo, São Paulo. Na ocasião, uma estudante do curso de turismo da Universidade Bandeirante de São Paulo (Uniban) foi para a Universidade com um vestido, saltos altos e maquiagem, e 700 alunos saíram da sala de aula para falar mal, fotografar e filmar a aluna. A história terminou com a

⁵ <http://www.infojovem.org.br/infopedia/descubra-e-aprenda/diversidade/questao-de-genero/>

⁶De acordo com o site do Presidente da República do Brasil, a lei Maria da Penha “cria mecanismos para coibir e prevenir a violência doméstica e familiar contra a mulher, no termo do art. 226 da Constituição Federal, da Convenção sobre a Eliminação de Todas as Formas de Violência contra a Mulher, da Convenção Interamericana para Prevenir, Punir e Erradicar a Violência contra a Mulher”. Fonte: <https://presrepublica.jusbrasil.com.br/legislacao/95552/lei-maria-da-penha-lei-11340-06>. Acesso em 31/05/2017.

jovem trancada em uma sala de aula com a multidão pressionando para que ela fosse entregue para ser estuprada.

Entre esses boçais, houve aqueles que explicaram o acontecido como um “justo” protesto contra a inadequação da roupa da colega. Difícil levá-los a sério, visto que uma boa metade deles saiu das salas de aula com seu chapéu cravado na cabeça. Então, o que aconteceu? Para responder, demos uma volta pelos estádios de futebol ou pelas salas de estar das famílias na hora da transmissão de um jogo. Pois bem, nos estádios ou nas salas, todos (maiores ou menores) vocalizam sua opinião dos jogadores e da torcida do time adversário (assim como do árbitro, claro, sempre “vendido”) de duas maneiras fundamentais: “veados” e “filhos da puta”. Esses insultos são invariavelmente escolhidos por serem, na opinião de ambas as torcidas, os que mais podem ferir os adversários. E o método de escolha é simples: a gente sempre acha que o pior insulto é o que mais nos ofenderia. Ou seja, “veados” e “filhos da puta” são os insultos que todos lançam porque são os que ninguém quer ouvir. Cuidado: “veado”, nesse caso, não significa genericamente homossexual. Tanto assim que os ditos “veados”, por exemplo, são encorajados vivamente a pegar no sexo de quem os insulta ou ficar de quatro para que possam ser “usados” por seus ofensores. “Veado”, nesse insulto, está mais para “bichinha”, “mulherzinha”, ou simplesmente, “mulher”. Quanto a “filho da puta”, é óbvio que ninguém acredita que todas as mães da torcida adversa sejam profissionais do sexo. “Putá” (nesse caso) significa mulher licenciosa, mulher que poderia (pasmê!) gostar de sexo. É o ódio do feminino - não das mulheres como gênero, mas do feminino, ou seja, da ideia de que as mulheres tenham ou possam ter desejo próprio. (Calligaris, FolhaOnline, 05/11/2009).

Indo ao encontro do que argumenta Calligaris, o que sobressai é a relação a tudo o que é feminino e ao seu menor valor na sociedade, e tal “revela que as práticas e discursos sociais são constituídos de gênero, produzem relações de poder e estão fundados no padrão normativo hegemônico vigente” (Silva, 2010, p. 57). Depois desse acontecimento, a Uniban expulsou a estudante e os motivos foram a aluna ter provocado os alunos e buscado chamar a atenção para si por conta de gestos e modos de se expressar. A instituição considerou ainda que a atitude dos outros alunos foi de defesa do ambiente escolar.

1.2.1 Estudos de gênero

A pesquisa feminista de mídia encontra-se em expansão, devido à disseminação e circulação de trabalhos pioneiros, cujo esforço de investigação trouxe contribuições para a área de comunicação. Alguns momentos foram determinantes para constituir a história do que conhecemos por movimentos feministas.

De acordo com Escosteguy (2008) foram três as épocas decisivas: primeiro em 1759, quando Olympe de Gouges, revolucionária francesa, lança o manifesto “Declaração dos Direitos da Mulher” como um instrumento de cidadania em que apenas os homens tinham acesso e questiona o fato de as mulheres serem decapitadas com o represália não tendo direito a subir à tribuna. |

Em seguida, em 8 de março de 1857, 129 operárias foram queimadas em uma fábrica em

Cotton, nos Estados Unidos, pois queriam redução de sua carga horária de 14 para 10 horas de trabalho, e licença-maternidade. O terceiro momento foi em 1970, quando foi aprovada no Reino Unido a igualdade salarial entre homens e mulheres.

Tanto os Estudos Culturais, quanto a teoria feminista, nasceram fora da Academia - nos contextos sociais, educacionais e políticos -, não sendo institucionalizados e tendo muita dificuldade para serem aceitos no meio acadêmico. Além disso, ambos dedicavam-se a grupos oprimidos e marginalizados e foram alvos de críticas ao declarar não existir conceitos e teorias que dessem conta de seus objetos. (Gray, 1997 *apud* Escosteguy, 2008, p 39)

Os estudos de mídia feministas não eram comuns na década de 70 (Gray, 1997 *apud* Escosteguy, 2008). Na época, os livros, as revistas e a televisão não eram considerados objetos de estudos científicos. Ana Carolina Escosteguy realizou na sua obra *Comunicação e gênero - A aventura da pesquisa* um mapeamento de pesquisas de gênero na Comunicação no contexto anglo-americano. A escolha da territorialidade aconteceu devido a vinculação ao feminismo e à teoria feminista a partir dos anos 60 nesse local.

Vale ressaltar que o mapeamento aqui apresentado é uma breve citação do que a autora faz em sua obra, e o intuito é mostrar que os estudos de gênero, embora incipientes, estão em constante crescimento. Por isso, não faz parte deste trabalho abranger todas as obras que surgiram, mas apenas elencar aquelas que consideramos fundamentais para o estudo do fenômeno como um todo e que melhor se aplicam ao nosso trabalho.

Abaixo estão algumas das obras que a autora elenca.

Tabela 2 - Obras elencadas por Ana Carolina Escosteguy sobre mídia e gênero. Fonte: Baseado em Ana Carolina Escosteguy, 2008.

1970	
1978	“Women Take Issue, do Women’s Studies Group”, do CCCS; primeira tentativa de colocar em prática um “trabalho intelectual feminista”.
1980	
1980	Janice Winship publica a obra “Sexuality for Sale”; o foco é na mulher e se inspira no trabalho prévio de Judith Williamson (1978) para analisar a representação feminina nas propagandas.

1984	<p>Annette Kuhn produz “Women’s genres”, que faz uma diferenciação entre espectador e audiência.</p> <p>Rosalind Coward em “Female Desire: Women’s Sexuality Today”; centrado na cultura popular (revistas femininas, propagandas, romances e até música pop).</p> <p>Tânia Modleski discute o potencial subversivo da cultura de massa em “Loving with a Vengeance: Mass Produced Fantasies for Women”.</p> <p>Valerie Walkerdine apresenta “Someday my Prince will come”. Walkerdine toma como objeto os quadinhos femininos para investigar como as meninas são preparadas para o amor romântico.</p>
1987	Winship produziu “Inside Women’s Magazines”; analisa as representações da mulher em revistas femininas.
1982	Dorothy Hobson escreveu “Crossroads: the Drama of a Soap Opera”; aborda a questão de as mulheres selecionarem seus programas televisivos mais conscientemente que os radiofônicos.
1989	Dorothy Hobson escreveu o estudo “Soap Operas at work” em que investiga o modo como ver <i>soap opera</i> contribui para as relações interpessoais da mulher operária e para a cultura nos seus locais de trabalho.
1990	
1990	Dorothy Hobson, “Women, audiences and the workplace”, em que a autora continua sua investigação sobre o fenômeno da <i>soap opera</i> entre as operárias, já iniciada em 1989.
1990	Christine Geraghty observa novamente as novelas americanas e britânicas em seu trabalho “Women and Soap Opera”. Geraghty faz uma análise textual das novelas e discute

	a construção da posição de espectadora.
1992	Em “Class, gender and the female viewer”, Andrea Press analisa o modo como diferentes classes sociais assistem a <i>soap opera</i> .
1992	“Video Playtime: The Gendering of a Leisure Technology” (1992), de Ann Gray; aborda como a mulher operária, dentro de seu contexto doméstico, usava o videocassete para o prazer e como se dava esta interação.
1993	Brunsdon apresenta seu estudo “Identity in feminist television criticism”. Nele, Brunsdon faz uma análise da crítica feminista sobre a televisão
1995	Christine Geraghty escreve “Feminism and media consumption”, em que se volta para a ficção cinematográfica e televisiva, dedicando sua atenção às representações de “mãe” em produções culturais.
1997	Brunsdon publica “Feminist Television criticism: a reader”, juntamente com Julie D’Acci e Lynn Spigel. As autoras fazem um levantamento sobre o que há de mais relevante produzido no meio acadêmico em relação ao feminismo e à produção e recepção da televisão.

As pesquisas elencadas por Ana Carolina Escosteguy foram uma amostra do potencial dos estudos que contemplam gênero.

Posteriormente, Ana Carolina Escosteguy e Márcia Rejane Messa escrevem sobre as pesquisas de estudos de gêneros, na área da Comunicação, no Brasil. Segundo as autoras, os vínculos entre a pesquisa de comunicação e os estudos de gênero são pouco explorados e, para suprir essa deficiência, elas realizaram um inventário das teses e dissertações apresentadas nos programas de pós-graduação no país, entre 1992-2002. Durante esse período, o foco do estudo em comunicação girava em torno da mensagem, seja na mídia impressa seja no audiovisual.

No meio impresso, as autoras destacam os estudos *Rainhas do Crime: ótica feminina no romance policia*, de Sônia Walkíria de Souza Coutinho (Universidade Federal do Rio de Janeiro

(UFRJ), 1994), em que faz uma análise de como a produção feminina do gênero narrativo se expressa na mensagem; *Minha Amiga Cláudia*, de Jacqueline Rios dos Santos (Universidade Metodista de São Paulo (UMESP), 1996), que faz uma decomposição da revista Cláudia nas categorias jornalismo, instrução, entretenimento e propaganda; *A cidade das Revistas*, de Kátia Carvalho (UFRJ, 1995), que tem como objetivo propor que a implantação da imprensa periódica brasileira no século XIX influenciou as origens da imprensa feminina na década de 20.

Concentrados na mídia audiovisual entram em destaque “A mulher Margarina: uma representação dominante em comerciais de TV nos anos 70 e 80”, de Flailda Brito Garboggini, que retrata a forma como as mulheres eram abordadas nos comerciais da margarina Doriana; “Olhar Feminino: uma década de produção videográfica feminista no Brasil - 1983/1993”, de Telma Elita Juliano, que aborda o movimento feminista no país; “Mulher Solta, Mulher Louca: Maria Venuto - das horas de seus dias à tela de cinema”, de Aline Cristina Sasahara de Oliveira (Universidade Estadual de São Paulo (UNICAMP), 1996), que reflete sobre a construção do filme histórico baseado na pesquisa de Maria Venuto.

No Brasil, surgem em 1998 dois estudos que tinham como eixo central conhecer o receptor, principalmente o público infantil e feminino. “Esse tipo de estudo buscava saber como o público feminino era afetado pelos meios e, também, como se dava essa co-produção de sentido” (Escosteguy, 2008, p. 19). A primeira pesquisa foi o “Imaginário feminino e a opção pela leitura de romances de série”, de Ligia Maria Moreira Dumont (UFRJ, 1998), que consiste numa leitura dos romances seriados e seus possíveis efeitos em suas leitoras. O segundo trabalho, de Helena Corazza, “Comunicação e relações de gênero em práticas radiofônicas da Igreja Católica no Brasil (Universidade de São Paulo (USP), 1998)”, estuda como se dá as relações de gênero a partir de emissoras de rádio católicas do Brasil.

No período de 2000 a 2002 as principais pesquisas giram em torno das representações midiáticas. “Quando falamos em representação, estamos lidando com algo intangível. As representações são sentidos que damos às coisas, posições muito fortes que compartilhamos no coletivo e que nos afetam reciprocamente” (França, 2004, *apud* Escosteguy 2008, p. 23).

A autora Cláudia Rejane do Carmo (Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), 2001) partiu da premissa, em “A Mulher no horário nobre da TV: estudo sobre as representações do feminino da telenovela brasileira”, que a telenovela age como instrumento de construção da realidade e manutenção da ordem social. “Na telinha da TV: a mulher no exército”, de Cristiane Rosas Villardo (UFRJ, 2001) analisa o perfil da mulher no exército brasileiro e como sua imagem vem sendo veiculada pela mídia televisiva. Ainda dentro das representações midiáticas, Gisele Paulucci discorre sobre a problemática em “A Representação do Feminismo no Seriado Mulher: análise do discurso” (USP, 2002), que consiste em analisar o discurso do produto ficcional televisivo intitulado Mulher.

Na tabela abaixo é possível constatar o crescimento das pesquisas de gênero no Brasil.

Tabela 3 - Crescimento das pesquisas de gênero no Brasil

	Total de teses defendidas	Total de produções de estudos de gênero e comunicação	Mídia impressa	Mídia audiovisual	Nenhum tipo de mídia específica
1992 - 1996	754	12	5	4	3
1997 - 1999	835	17	6	4	7
2000 - 2002	1665	36	13	9	14

Fonte: Ana Carolina Escosteguy, 2008.

Foram buscados na Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD), coordenado pelo Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (IBICT), trabalhos acadêmicos produzidos dentro da temática “mídia e gênero” a fim de atualizar esta revisão bibliográfica realizada por Ana Carolina Escosteguy e Márcia Rejane Messa. Os descritores utilizados foram “estudos de gênero e comunicação” e “gênero e mídia”.

Dentre as dissertações encontradas estão a de Andréa de Almeida Lara (Universidade de Brasília (UNB), 2007) que identificou as representações sociais presentes em comerciais de carros das décadas de 1950 e 1990 no Brasil, no trabalho intitulado “Representação de mulher nos comerciais de automóveis: garota é apenas equipamento opcional”. Sabrina Cruz pesquisou o trabalho “Corpos em evidência: imagens de mulheres nas propagandas de cerveja” (Universidade Federal da Bahia (UFBA), 2008) que está voltado para a análise das imagens e representações sobre as mulheres veiculadas pela mídia televisiva, particularmente no que se refere aos usos do corpo feminino nas propagandas de cerveja. Em 2010, Lúcia Loner Coutinho (Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS) estudou a identidade de mulheres negras a partir da série de televisão *Antônia*, com o trabalho “Antônia sou eu, Antônia é você: identidade de mulheres negras na televisão brasileira”. Em 2013, Lara Roberta Rodrigues (Universidade Federal de São Carlos (UFSCAR), 2013) desenvolveu a pesquisa “Conectadas: uma análise de práticas de ajuda mútua feminina na era das Mídias Digitais”, que tem como foco investigar processos de subjetivação em discursos de autoajuda contemporânea voltada para o público feminino, os quais, quando penetram na rede, através de uma específica forma de uso das mídias digitais, se transformam em práticas de ajuda mútua.

Dentre as teses elencadas estão “E a mídia criou a mulher: como a tv e o cinema constroem o sistema de sexo/gênero”, desenvolvido por Liliâne Maria Macedo Machado (UNB, 2006), que analisa as matrizes discursivas referentes às mulheres, presentes nos filmes de animação *A Bela e A Fera*, *A Bela e A Fera: O natal encantado*, *Mulan*, *Mulan: a saga continua*, *Shrek e Shrek 2*, bem como nos desenhos animados *Meninas Superpoderosas* e *Três Espiãs Demais*. Em 2010, Édson Correia de Oliveira (Universidade Católica de São Paulo (PUCSP) apresentou uma análise do discurso da imprensa escrita visando investigar em que medida esse discurso, dentro de um contexto histórico e social, reproduz ou modifica ideologias e valores sociais na perspectiva das relações de gênero, especificamente nas notícias de crimes passionais, com o trabalho “O discurso da notícia e a representação da identidade de gênero feminino nos crimes passionais”. Além disso, Laís Karla da Silva Barreto (Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), 2013) analisou a relação existente entre a mulher e a mídia disseminada por Clarice Lispector em suas obras, no trabalho “Microfilme: Literatura e mídia no correio feminino de Clarice Lispector”.

Pelos descritores utilizados foram encontrados 611 trabalhos no total (313 referentes ao descritor “gênero e mídia” e 298 a “estudos de gênero e comunicação”). Esse número mostra a importância desse tipo de estudo no campo acadêmico. No trabalho foram elencados os que mais se relacionam com a investigação estudada.

1.2.2 Relações de gênero na mídia convencional

Apesar da crescente participação das mulheres no esporte de competição, estas ainda são submetidas a diversos padrões, principalmente no que diz respeito aos seus corpos. A cobertura esportiva da mídia convencional comumente reafirma estereótipos femininos e refere-se às atletas como musas, quando o que deveria estar em foco é o esporte - que afinal é o trabalho delas. O problema não é chamá-las de musas, mas sim desconsiderar toda a habilidade que elas possuem como atletas, focando a atenção apenas em seus corpos.

A rapidez em fabricar musas é a mesma para crucificar atletas que não se encaixam no padrão de beleza ou feminilidade. Nesses meios de comunicação, as atletas são retratadas como corpos para apreciação; não é de se estranhar, portanto, que o público também comece a olhar assim para elas. A imprensa, também denominada quarto poder⁷ (ao lado dos poderes Judiciário, Legislativo e Executivo), “exerce forte influência sobre diversos campos da vida humana na atualidade” (Knijniki & Souza, 2007, p. 36). Os autores ainda ressaltam:

É por intermédio da mídia que os discursos dominantes sobre o que é ser homem, ou mulher, se estabelecem e instituem seu espaço no imaginário coletivo. Por mais que na contemporaneidade, a partir de diversos movimentos sociais, notadamente o feminismo, as fronteiras entre o masculino e o feminino estejam diluídas, em alguns setores elas teimam em se manter rígidas - e a mídia espelha isto claramente,

⁷Termo criado pelo parlamentar inglês Lord Macaulay, em 1828.

retratando, descrevendo e analisando de forma desigual homens e mulheres em suas atividades diversas. (Knijnik & Souza, 2007, p. 37)

É importante frisar a palavra utilizada pelos autores “espelhar”, no sentido de que a mídia convencional reforça, uma realidade impregnada na sociedade. “Não estamos aqui afirmando que as mídias criem diretamente as representações sociais. Estas já existem na sociedade, são frutos dos processos interativos e comunicacionais dos grupos sociais” (Knijnik & Souza, 2003, p. 4). Mas, assim como a mídia convencional é influenciada pela sociedade, as representações sobre o mundo esportivo também são influenciadas pela mídia.

A importância da mídia para o esporte também se deve ao fato de que estas auxiliam nas vendas dos ingressos, nos patrocinadores, na promoção dos ídolos. As mulheres, no entanto, têm poucas atletas em quem se espalhar, pois “apesar das atletas estarem sendo bem-sucedidas nos esportes, suas conquistas têm sido constantemente ignoradas pela mídia” (Knijnik & Souza, 2007, p. 38).

Diferenças existentes no tratamento dado pela mídia às mulheres que praticam esportes foram estudadas por diversos trabalhos. Duncan (1994) constatou que na transmissão dos jogos masculinos, as técnicas utilizadas eram altamente profissionais, com câmeras sofisticadas. Já na cobertura dos jogos femininos foram verificados diversos erros de edição, cortes e imagens menos coloridas. O público que assiste pode inconscientemente sentir-se mais atraído pelos jogos masculinos, já que estes possuem melhores técnicas. Fink (1998) apontou que apenas 15% de toda cobertura esportiva dos jornais norte-americanos eram sobre atletas mulheres, e ainda que apenas 5% da cobertura televisiva eram de mulheres no esporte. Koivula (1999), na Suécia, concluiu que 86,7% do tempo da cobertura foi destinado a homens no esporte e 11,7% a mulheres. Knijnik & Souza (2007) realizaram uma pesquisa para comparar quantas reportagens tinham como foco os homens e as mulheres na Folha de São Paulo. O resultado entre agosto e setembro de 2002 mostrou que o número de reportagens sobre homens atletas foi sete vezes maior. Em fevereiro de 2003 a diferença subiu para 21 vezes. A pesquisa concluiu ainda que não somente há mais reportagens sobre homens no esporte como também possuem mais caracteres. Abaixo a Tabela 4 mostra os resultados.

Tabela 4: Média do número de palavras em reportagens da Folha de São Paulo nos dados coletados entre agosto de 2002 e março de 2003

	Agosto/Setembro	Fevereiro	Março
Homens	212,2	138	215,3
Mulheres	138	32,4	78,7
Neutras	69,4	78,7	231,5

Fonte: (Knijnik & Souza, 2007)

A pesquisa de Knijnik & Souza (2007) constatou também que o tratamento dado a cada um dos sexos na cobertura do jornal foi grande. Os homens foram destacados por suas habilidades enquanto atletas, já as mulheres eram referidas por suas belezas. “Revelar o quanto a mídia tem sido sexista e por vezes até discriminatória em relação às mulheres é escrever, sob outra ótica, mais um capítulo desta história” (Knijnik & Souza, 2007, p. 45).

Knijnik & Souza (2007) elencam as principais dificuldades encontradas pelas mulheres no esporte: a relativa menor exposição das mulheres esportistas pela mídia, a menor participação das mulheres em eventos esportivos e as premiações mais baixas. Em relação a esse último item, a equipe do blog feminista *Gênero e Número*⁸ escreveu uma reportagem sobre a discrepância entre os salários masculinos e femininos, e destacou, por exemplo, que o time brasileiro vencedor da Liga Mundial de vôlei feminino de 2016 recebeu 200 mil dólares, valor cinco vezes inferior ao recebido pelo primeiro lugar da Liga Mundial masculina. Mas o maior caso emblemático, de acordo com o blog, é comparar os atletas Neymar e Marta - dois dos maiores ícones do futebol brasileiro. Ela, que já foi eleita pela Fifa, cinco vezes, melhor jogadora do mundo e marcou 103 gols com a camisa da seleção, recebe um salário anual de US\$400 mil. Neymar, que conquistou o terceiro lugar para o melhor do mundo, e contabilizou 50 gols defendendo o Brasil, recebe um salário anual de US\$ 14,5 milhões, o que pode ser verificado na Imagem 1.

⁸<http://www.generonumero.media/>

Imagem 1: Diferenças de salários entre Neymar e Marta



Fonte: Gênero e Número. <http://www.generonumero.media/mulheres-recebem-menos-na-maioria-dos-esportes/>. Acesso em 02/12/2016.

De acordo com Knijnik & Souza (2007), essa diferença deve-se ao fato de que o preconceito é ainda maior quando as mulheres atuam em modalidades nas quais o domínio é dos homens. Os autores ainda afirmam que a mídia é uma das responsáveis por essa desigualdade entre o esporte masculino e feminino.

Quase sempre a cobertura da mídia sobre o esporte praticado por mulheres é acompanhada por uma trivialização e sexualização, constituindo uma negação do poder esportivo dessas mulheres. Essa negação dá suporte a idéia de que o esporte praticado por mulheres é menos poderoso e valioso do que o esporte praticado por homens. (Knijnik & Souza, 2003, p. 18)

A intenção aqui não é anular as diferenças existentes entre os sexos feminino e masculino. As diferenças existem, e devem ser respeitadas, mas “as diferenças biológicas têm dado respaldo a perseguições, formação de representações sociais preconceituosas, e até mesmo as discriminações” (Knijnik & Souza, 2003, p. 25). Ser diferente não quer dizer que as desigualdades sociais devam existir, pois “deixaremos de ser “diferentes E desiguais”, passando a ser “iguais MAS diferentes” (Knijnik & Souza, 2003, p. 25).

Vista a importância da mídia enquanto provedora de discurso do que é certo e o que não é em relação ao corpo, especialmente do corpo das atletas, é importante levantar questões acerca dos estudos que relacionam corpo e poder, para tal recorreremos à obra de Michel Foucault.

1.3 Corpo, poder e indivíduo

Ao longo deste trabalho, foram levantadas a história e a contextualização da inserção das atletas nos esportes, e foi referido como a mídia convencional costuma abordá-las. É possível perceber como o corpo feminino tem sido uma preocupação constante no decorrer dos séculos e ronda as instâncias políticas, privadas, econômicas e sociais da sociedade.

Legislar, criar normas, e costumes para seu uso; a existência de uma moral própria e de condutas rígidas para com esse corpo; tudo, enfim, que trata da atividade física feminina (esportiva, recreativa) parece recair sobre o corpo, entendido como “algo” a se colocar fora da disputa - elas não podem porque possuem “esse” corpo, que não é “bom” ou “adequado” para certo tipo de ação. (Knijnik, 2001, p. 42)

A preocupação excessiva com o corpo, no contexto ocidental, pode ser constatada pelo aumento de clínicas de cirurgias plásticas, de academias de ginástica, de nutricionistas, enfim, de métodos que proporcionem o corpo “ideal” que o indivíduo, principalmente o jovem, tanto almeja. Mas, afinal, que corpo ideal é esse? Quem ditou, e de onde surgiu esse corpo ideal? O intuito aqui não é responder a essas questões, mas colocar em discussão o fato de que se se foi instaurando um “corpo ideal” é porque alguém e/ou algumas instituições (escola, espaços religiosos, a mídia, o hospital, a educação, a família de modo geral, entre outras) construíram e repercutem esse discurso de normalização e repressão em torno do corpo. Esses dispositivos de poder são os responsáveis por normatizar as ações dos indivíduos e os seus discursos, através dos quais influenciam diretamente o comportamento social, pois “o grande fantasma é a ideia de um corpo social constituído pela universalidade das vontades. Ora, não é o consenso que faz surgir o corpo social, mas a materialidade do poder se exercendo sobre o próprio corpo dos indivíduos” (Foucault, 2011, p. 147). Foucault, ao ser questionado sobre quem coordena a ação dos agentes da política do corpo, responde:

É um conjunto extremamente complexo sobre o qual somos obrigados a perguntar como ele pode ser tão sutil em sua distribuição, em seus mecanismos, seus controles recíprocos, seus ajustamentos, se não há quem tenha pensado o conjunto. É um mosaico muito complicado (Foucault, 2011, p. 151)

Essa preocupação exaustiva, por parte da sociedade, em busca de um corpo saudável, escultural e perfeito significa, de acordo com Sérgio Murilo Rodrigues, no artigo “A relação entre o corpo e o poder em Michel Foucault” que o corpo está mais do que nunca desvalorizado, porque “as pessoas não buscam ter uma vivência verdadeira do próprio corpo. Elas não caminham para a obtenção de um ‘corpo livre’, mas, pelo contrário, a maior atenção dedicada ao corpo e às inúmeras práticas a ele relacionadas apenas solidificam e reforçam seu controle e sua dominação” (Rodrigues, 2003, p. 109).

Quanto aos exercícios de poder que estão em volta do corpo, Foucault (2011) acredita que o sujeito não tem como olhar para o corpo como um “fator bruto”, ou seja, como algo em si mesmo que não está sujeito a interpretações. O filósofo considera que o corpo tem diferentes

valores, dependendo de quem o olha, e do lugar de onde ele é olhado. Essas variedades de olhares na formação do discurso sobre o corpo resultam em relações de poder, porque “estes discursos, constitutivos de significação, produzem ‘saberes’. E estes ‘saberes’ constituem ‘disciplinas’, que visam exercer um controle sobre o corpo e portanto exercer poder sobre o corpo” (Rodrigues, 2003, p. 110). Ainda segundo Rodrigues,

O corpo sempre sofreu de uma forma muito dura a pressão do poder. A necessidade do trabalho excessivo, seja escravo ou mecanizado, as restrições morais e religiosas a algumas práticas corporais, principalmente aquelas ligadas à sexualidade, a visão do corpo como fonte de pecado e degradação levaram a sociedade a exercer um controle severo sobre o corpo, para que ele se mantenha produtivo. A novidade surgida após a modernidade é que a coerção exercida sobre o corpo passa a ser fundada em saberes racionais e científicos. As disciplinas atuantes sobre o corpo são ciências. (Rodrigues, 2003, p. 113).

A noção atual de corpo bonito marca a sociedade como sendo a da aparência, característica incumbida pelo poder disciplinar que usa os mecanismos vigentes, como a mídia, para que essa ideia se propague a fim de controlar os indivíduos. A partir disso, surge o seguinte questionamento: onde estão as instâncias de produção discursiva que falam sobre o corpo, o corpo da mulher, e qual a relação sobre esses discursos? Essa instância de poder prolifera um discurso que reprime e esse poder, segundo Foucault, convida a população a enunciar a sexualidade através de outras instituições, como a Igreja, a escola, a família, o consultório médico, e de saberes como demografia, biologia, medicina, psicologia, psiquiatria, moral, pedagogia. O dispositivo da sexualidade, no entanto, adequa-se de acordo com a situação e dita o que é permitido e o que é proibido. Durante anos a mulher foi afastada do esporte porque o seu corpo não podia e não devia. Quando, finalmente, a sua participação nos esportes começa a ser expressiva, a sociedade/mídia começa a controlar seu corpo e não valoriza seus atributos atléticos, mas sim a sua beleza.

Poder-se-ia citar outros focos que, a partir do século XVIII ou do século XIX, entraram em atividade para suscitar os discursos sobre o sexo. Inicialmente, a medicina, por intermédio das “doenças dos nervos”; em seguida, a psiquiatria, quando começa a procurar - do lado da “extravagância”, depois do onanismo, mais tarde da insatisfação e das ‘fraudes contra a procriação’, a etiologia das doenças mentais e, sobretudo, quando anexa ao seu domínio exclusivo o conjunto das perversões sexuais; também a justiça penal, que por muito tempo se ocupou da sexualidade, sobretudo sob a forma de crimes antinaturais, mas que, aproximadamente na metade do século XIX, se abriu à jurisdição miúda dos pequenos atentados (Foucault, 2010), “enfim, todos esses controles sociais que se desenvolveram no final do século passado e filtram a sexualidade dos casais, dos pais e dos filhos, dos adolescentes perigosos e em perigo” (Foucault, 2010, p. 36).

Constata-se, assim, que um dos aspectos com mais relevo em torno do corpo é a sexualidade. Com o objetivo de dar continuidade a seu projeto de uma arqueologia dos saberes e de uma genealogia dos poderes da sociedade contemporânea, em 1976, Michel Foucault escreveu o

primeiro volume da *História da Sexualidade*, que traz como subtítulo *A vontade de saber*. Nele o autor francês analisa os discursos da sexualidade dos séculos XVI e XVII em comparação com o século XIX. O intuito de sua pesquisa, como ele mesmo descreve, é buscar as instâncias de produção discursiva, de produção de poder, das produções de saber que, a partir do final do século XVI, colocaram o sexo em discurso.

Trata-se, em suma, de interrogar o caso de uma sociedade que “desde há mais de um século se fustiga ruidosamente por sua hipocrisia, fala prolixamente de seu próprio silêncio, obstina-se em detalhar o que não diz, denuncia os poderes que exerce e promete liberar-se das leis que a fazem funcionar” (Foucault, 2010, p. 15).

Apesar de ser uma obra que analisa o século XIX, é possível verificar que o contexto descrito por Foucault se mantém e não é tão pós-moderna, em alguns aspectos, quanto se apregoa. Mesmo com os avanços verificados no número de atletas em geral na Rio 2016, a cobertura jornalística convencional ainda sexualizou seus corpos, e muitas matérias e imagens sobre elas não destacaram suas habilidades, disciplina e obstinação. Em contrapartida, houve grandes comentários a respeito de seus corpos, como o formato dos seus glúteos. Alguns títulos sexistas das matérias podem reafirmar isso⁹: “Allisson Stokke, a atleta que vai prender você no salto com vara no Rio 2016” (Marca Buzz); “A mulher de um jogador do Bears ganhou hoje uma medalha de bronze na Olimpíada do Rio” (jornal Chicago Tribune); “A goleira sem complexos que pesa 98 quilos e come hambúrgueres” (jornal esportivo Marca); “Hosszu, a nadadora que bateu o recorde mundial “graças a seu marido” (Rede de TV NBC); “De «gostosas internacionais» a «atletas olímpicamente atraentes»” (jornal El Mundo); “As bonecas suecas” (jornal argentino Olé).

Isto feito, procede-se a uma cisão entre o sujeito e o corpo - objeto. A mulher atleta, assim, é separada do seu corpo; o que ela busca (desempenho, resultados, performance) é obtido através do corpo, o qual no entanto deve parecer o que não é: “feminino” na sua significação renascentista de “belo”, “frágil”, “puro”. (Knijnik, 2001, p. 44)

Ainda segundo Foucault (2010), o controle funciona como mecanismo de dupla intenção: prazer e poder. O poder para o autor funciona como um mecanismo de apelação, além de atrair, extrai essas estranhezas pelas quais se desvela. O prazer se difunde através do poder cerceador e este fixa o prazer que acaba de desvendar. Os exemplos que Foucault (2010) cita são o exame médico, a investigação psiquiátrica, o relatório pedagógico e os controles familiares, que exercem poder no momento em que questionam, fiscalizam, espreitam, espiam, investigam, apalpam, revelam. Já a sensação de prazer acontece no momento em que se escapa, foge e engana esse poder. “Poder que se deixa invadir pelo prazer que persegue e, diante dele, poder que se afirma no prazer de mostrar-se, de escandalizar ou de

⁹Os 9 títulos mais machistas dos Jogos Olímpicos do Rio http://brasil.elpais.com/brasil/2016/08/09/estilo/1470770467_506561.html. Acesso em 05/12/2016.

resistir” (Foucault, 2010, P. 53). A sociedade, assim, está submetida a um tipo de poder disciplinar que gera todo um grupo social, com interesses que norteiam ideologias, como assegurar o povoamento, reproduzir a força de trabalho, reproduzir a forma das relações sociais; em suma, proporcionar uma sexualidade economicamente útil e politicamente conservadora. Esses dispositivos do poder partem do pressuposto que devem manter a população sob seu domínio. Essa normatização de comportamentos e ações age sobre os corpos na incumbência do dia a dia, como nas vestimentas, nas dietas alimentares, nas cirurgias plásticas, e no sexismo.

Houve tanta ação no passado, dizia D. H. Lawrence, especialmente ação sexual, uma repetição tão monótona e fatigante sem nenhum desenvolvimento paralelo no pensamento e na compreensão. Hoje em dia, a compreensão plenamente consciente do Instituto sexual importa mais do que o ato sexual. (Foucault, 2010, p. 172)

Em meio a uma civilização tão voltada para o desenvolvimento de imensos aparelhos de produção e de destruição, Foucault, ao iniciar o seu estudo, levantou da obscuridade uma sexualidade que os discursos, os hábitos, as instituições, os regulamentos, os saberes traziam à plena luz. O caminho que as atletas encontraram em inserirem-se nos esportes e obter, muitas vezes, destaque, rompe, assim como fez o filósofo na época, com a normatização dos discursos de comportamento, além da transgressão ou rompimento da padronização da indústria da beleza, já que muitas delas não se encaixam no corpo magro e “ideal”. Comumente a isso, o cenário de convergência somado a feministas que perceberam toda essa objetificação do corpo feminino (essa objetificação está ligada ao corpo da mulher enquanto mero objeto de prazer sexual que existe em torno das atletas, surgiram blogs feministas com o intuito de dedicar atenção às atletas e exaltar suas qualidades como esportistas.

2. Cenário de convergência - jornalismo não sexista feito por mulheres e para mulheres

O presente capítulo aborda o jornalismo, bem como suas responsabilidades perante a sociedade, sua relação com a cultura e o gênero. Depois, será apresentada a cultura de convergência em que há um processo de produção de informação e de opiniões independente do jornalismo de referência, além de um processo de circulação para além das mídias convencionais. Por fim, o blog para análise será apresentado.

Neste capítulo, o jornalismo será problematizado, sendo que, para entender como acontece a relação acontecimento, publicação e público, faz-se necessário entender a cultura vigente, e perceber que jornalismo e cultura estão entrelaçados.

Em seguida, dentro da cultura de convergência são abordados os blogs e sua importância. É justificada também a escolha do blog Revista AzMina no último item deste capítulo, apresentando o contexto em que foi criado.

O jornalismo, um dos principais formadores sociais, será abordado a seguir.

2.1 Jornalismo e suas responsabilidades sociais

As definições do que é “masculino” e do que é “feminino”, sem levar em conta o contexto, são padrões que existem há muito tempo, são construções sociais. O machismo não é invenção moderna e acompanha a cultura há milênios, muito antes do aparecimento do jornalismo. O jornalismo, uma das instâncias da sociedade que ditam o certo e o errado, orienta a cultura.

A função pedagógica do jornalismo pode ser percebida na reprodução e circulação do acervo dos conhecimentos socialmente construídos e culturalmente legitimados que ajudam a informar os sujeitos na contemporaneidade. Sua função “educativa” se traduz, sobretudo, pela necessidade de “explicar” o mundo sempre baseado na “verdade” e fazendo uso de recursos técnicos e humanos capazes de ilustrarem esses saberes gerando significados. O jornalismo, assim, se reflete num conhecimento social e cultural que ensina ao mesmo tempo que constrói realidades. (Silva, 2011, p. 185)

Não há como pensar na cobertura dos Jogos Olímpicos de 2016 por parte dos meios de comunicação convencionais sem levar em conta o contexto cultural no qual a população está inserida, porque “Os estudos sobre a cultura profissional jornalística trazem imensa contribuição para o entendimento tanto das práticas quanto da identidade dos jornalistas, e os modos como esta cultura condiciona o processo produtivo” (Silva, 2010, p. 44).

Faz-se necessário entender a complexidade que envolve os meios de comunicação para, assim, compreender a relação entre jornalismo e sociedade. Os meios de comunicação são distintos entre si, e isso faz com que o conteúdo e a forma de abordagem se modifiquem. É possível afirmar que, nesses meios, há diferentes jornalistas e para entendê-los, segundo Fernanda Lima, no artigo “O papel da retórica na construção da identidade jornalística” “é necessário levar em conta às transformações e permanências nas características do grupo no decorrer do seu desenvolvimento. Além da relação dele com o resto do grupo com os processos culturais e históricos” (Lima, 2011, p. 274). Desta forma, ainda segundo a autora, para levar em consideração os processos de elaboração das notícias, é necessário perceber a dimensão política, os valores e os conhecimentos dos jornalistas envolvidos. Esses fatores fazem com que a ideologia de um jornalismo objetivo seja problematizada.

Todo conhecimento social, e o jornalismo é um conhecimento social, envolve determinado ponto de vista sobre a História, sobre a sociedade e sobre a humanidade. E como humanidade e História são processos que estão em construção, naturalmente não existe um jornalismo puramente objetivo, ou seja, um jornalismo que seja absolutamente neutro. Isto não acontece por motivos de ordem psicológica, como dizem os manuais. Não é porque o indivíduo está psicologicamente envolvido com o fato, mas porque toda a forma de conhecimento pressupõe também um posicionamento do sujeito diante do objeto. Essa é a razão mais profunda porque o próprio jornalismo implica uma visão ideológica, implica um posicionamento ético e político sobre a realidade. (Meditsch, 1992, p. 31)

São grandes as discussões acerca do poder totalitário que a mídia - aqui em específico o jornalismo - exerce na vida das pessoas. É necessário, no entanto, qualificar a crítica aos meios de comunicação e não somente se basear em um senso comum.

A mídia é a expressão da nossa cultura, e nossa cultura funciona principalmente por intermédio dos materiais propiciados pela mídia. Nesse sentido fundamental, o sistema de mídia de massa completou a maioria das características sugeridas por McLuhan no início dos anos 60: era a galáxia de McLuhan. Entretanto, o fato da audiência não ser objeto passivo, mas sujeito interativo, abriu o caminho para sua diferenciação e subsequente transformação da mídia que, de comunicação de massa, passou à segmentação, adequação ao público e individualização, a partir do momento em que a tecnologia, empresas e instituições permitiram essas iniciativas. (Castells, 1999, p. 422)

É importante destacar, no entanto, que ainda que o emissor emita uma mensagem com uma intenção (nesse caso os jornalistas), o sentido só é reproduzido na recepção - o que desmitifica a ideia de que a mídia possui um controle absoluto. A recepção, de qualquer comunicação, de conteúdo, sempre está mediada pela posição do sujeito que a recebe, ou seja, a sua classe social, a etnia, orientação sexual, o gênero e sua formação educacional. Dentro desse viés, a obra de Barbero (1997) *Dos meios às mediações: Comunicação, cultura e hegemonia* marca a derrota da Escola de Frankfurt¹⁰ nos debates sobre mídia e comunicação.

¹⁰Alguns dos principais pensadores da Escola de Frankfurt foram Theodor Adorno, Max Horkheimer, Herbert Marcuse, Eric Fromm, Walter Benjamin, Jürgen Habermas e Karl Otto Apel.

A teoria frankfurtiana considerava a mídia como um instrumento de manipulação no interior da sociedade administrada.

A obra de Jesús Martín-Barbero afirma que não se pode fazer uma apreciação das mensagens da mídia sem uma análise real do que acontece na recepção dessas mensagens, que nunca é simplesmente passiva e consumidora (Barbero, 1997). O jornalismo é, na perspectiva desta pesquisa, uma instância não neutra, que possui uma visão de mundo, e que contribui na formação cultural dos valores de cada época em que “O processo de dar e gerar significados através da produção das notícias torna visível a participação do jornalismo na construção das realidades sociais” (Silva, 2010, p.35). Não é possível deter a atenção somente nos fins de uma notícia, é preciso saber como foram feitas as construções textuais.

2.1.1 O jornalismo e a cultura

Da mesma forma que os comunicadores sociais são influenciados pela cultura, eles também são influenciadores e atuam como sujeitos, pois “o jornalismo se estabelece como locus de poder-saber da contemporaneidade, sobretudo no que se refere aos modos legítimos e ilegítimos de ser sujeito em determinada cultura” (Silva, 2010, p. 36). O ato de assistir um noticiário, escutar uma informação, e ler uma notícia fazem parte da cultura social.

Desse modo, não há como pensar a cultura (aqui é entendida como conjunto de regras, hábitos e valores historicamente construídos numa sociedade) em que estamos inseridos sem refletir sobre o papel do jornalismo. A participação do jornalismo na normatização da sociedade fica evidente por esta prisma, bem como nos processos pelos quais são valoradas as relações sociais. É em meio a isso que se situam as representações de gênero. Essas formas de construção da realidade através da notícia incidem sobre a construção de determinadas concepções de gênero, definindo masculinidades e feminilidades, bem como sexualidades e legítimas e ilegítimas. (Silva, 2010, p. 36)

O jornalismo adapta-se ao contexto em que está inserido, e ao considerá-lo junto à perspectiva dos Estudos Culturais, Silva (2011) demonstra que o jornalismo está em constante formação “ressignificando suas premissas a partir das mudanças socioculturais, das transformações políticas, das inovações tecnológicas e da própria demanda da audiência” (Silva, 2011, p. 240). De acordo com a autora, os estudos contemporâneos do jornalismo apontam que os valores e premissas que hoje são reconhecidos - valores-notícias, objetividade, verdade e relevância, vigilância, independência, interesse público - foram estabelecidos no contexto sociopolítico das sociedades anglo-americanas do século XIX. A objetividade, por exemplo, que é um dos critérios considerados importante no jornalismo atual, tornou-se mais frequente depois que a elite norte-americana a introduziu em seu cotidiano (Michael Schudson, 1978). “Desse modo, não é da natureza do jornalismo ser objetivo, mas essa característica resulta de processos históricos que conformaram tanto os procedimentos dos jornalistas quanto as expectativas da audiência” (Silva, 2010, p. 240).

Sendo assim, o jornalismo vai se desenvolvendo numa dinâmica que permite a manutenção de valores considerados básicos para seu reconhecimento social - a relação com o real, a verdade, a objetividade, entre outros, ao mesmo tempo em que esses valores vão se transformando a fim de adaptar-se aos novos contextos. (Silva, 2010, p. 240)

O modo de produção, apuração e publicação das notícias - mesmo relacionadas aos valores culturais de cada época - possui grandes significações nas vidas das pessoas.

A produção da notícia, desse modo, é um processo rico na arte de buscar e gerar significados. Envolve uma gama de valores sociais agregados em cada etapa de sua constituição, passando pela formação da linguagem - textual, imagética e lúdica - até sua circulação, que acontece didaticamente. Esse processo é possível porque envolve um universo simbólico partilhado, e não é produzido de forma maniqueísta, muito menos por uma instância abstrata: envolve pessoas, sensações e significações, ideologias, gostos e visões de mundo. E nesse processo, o jornalista é central. (Silva, 2011, p. 40)

Mesmo que o jornalismo não exerça um poder absoluto sobre as pessoas - como foi dito anteriormente -, são inegáveis a sua influência e a sua importância na sociedade.

Nesse sentido, tanto a subjetividade dos jornalistas quanto as suas rotinas de trabalho são elementos importantes para refletir sobre os valores que circulam na sociedade. Sobretudo por ser o jornalista central nesse processo simbólico que é a construção da notícia: é o elemento humano, o primeiro a dar significado aos fatos sociais, transformá-los em notícias com fins de gerar sentido, a partir da forma como enxergam e refletem o mundo. As suas escolhas - e são muitas e permanentes - definem as notícias. E o que os jornalistas escolhem, de forma consciente ou inconsciente, é o que confere sentido ao acontecimento. (Alsina, 2009, p. 57)

Ao dispor da capacidade e do poder de tornar um fato notícia ou não, e escolher o foco e a maneira como o assunto vai ser abordado, cada jornalista é diretamente responsável pelos critérios e conhecimentos que aplica. O acontecimento, ao se tornar notícia, replica-se em outro acontecimento com maior visibilidade. “É o próprio discurso do acontecimento que emerge como acontecimento notável a partir do momento em que se torna dispositivo de visibilidade universal, assegurando assim a identificação e a notoriedade do mundo, das pessoas, das coisas, das instituições” (Rodrigues, 1998, p. 29). É nessa transformação de acontecimento em notícia e, novamente, em acontecimento que surgem problemáticas relacionadas com o machismo.

Estudar sobre a cultura jornalística (a subjetividade dos profissionais e suas rotinas de trabalho) traz “imensa contribuição para o entendimento tanto das práticas quanto da identidade dos jornalistas, e os modos como esta cultura condiciona o processo produtivo” (Silva, 2011, p. 41). A subjetividade é pouco explorada nas pesquisas relacionadas com a comunicação (Silva, 2011), o que muitas vezes prejudica o entendimento da prática da profissão.

Em geral, os valores profissionais são diretamente associados à ideologia da empresa, às rotinas produtivas. A seleção dos fatos que serão entendidos como

acontecimentos noticiáveis (e os valores-notícia), bem como o processo de construção das notícias, também leva em conta, geralmente, apenas o elemento pertinente à cultura profissional, indicando que estes se sobrepõem aos valores pessoais dos profissionais, como se estes não estivessem postos e atuando conjuntamente no processo. (Silva, 2011, p. 46)

Nesta dissertação, é de grande valia estudar essa subjetividade presente em cada profissional do jornalismo, suas marcas profissionais e valores influenciados pela cultura. Os conceitos da área dos estudos de gênero são utilizados para compreender esse entrelaçamento do jornalismo com as normas sociais, bem como as relações de gênero nelas inseridas.

Investigar essas instâncias, bem como os discursos e saberes nelas produzidos, nos dá pistas dos modos como até hoje alguns pressupostos permanecem, outros se transformam e as desigualdades se produzem ou não. Analisar em cada contexto as formas como as afirmações e negações são geradas, como as relações de poder se estabelecem e sobre quais pressupostos os saberes se constituem e se legitimam permite colocar em xeque as naturalizações que implicam, em última instância, violações constituídas a partir da intolerância à diferença. (Silva, 2010, p. 62)

Sendo assim, o gênero do jornalismo:

É masculino, pois ali se lida, fundamentalmente, com o conhecimento - e esse conhecimento foi historicamente produzido pelos homens. Não lida com qualquer conhecimento, lida, como afirma Jean-Claude Forquin (1993, p. 11), com alguns aspectos da cultura que foram selecionados por serem reconhecidos como podendo ou devendo dar lugar a uma transmissão deliberada e mais ou menos institucionalizada - enfim, aquilo que uma dada sociedade considera como digno de integrar o currículo [e também as notícias sobre o cotidiano da vida e do mundo]. Portanto, é possível argumentar que, ainda que as agentes do ensino possam ser mulheres [assim como o jornalismo é composto também por profissionais deste sexo], se ocupam de um universo marcadamente masculino - não apenas porque as diferentes disciplinas escolares [bem como os conhecimentos científicos e sociais majoritariamente produzidos em instâncias pedagógicas culturais] se construíram pela ótica dos homens, mas porque a seleção, a produção e a transmissão dos conhecimentos (os programas, os livros, as estatísticas, os mapas; as questões, as hipóteses e os métodos de investigação “científicos” e válidos; a linguagem e a forma de apresentação dos saberes) são masculinos. O que fica evidente, sem dúvida, é que a escola [como o jornalismo] é atravessada pelos gêneros; é impossível pensar sobre a instituição [sobre a mídia] sem que se lance mão das reflexões sobre as construções sociais e culturais de masculino e feminino. (Louro, 1997, p. 89)

A constatação de que o jornalismo é masculino está amparada na pesquisa empírica deste estudo. Faz-se necessário aprofundar essa temática para constatar o que os autores pensam a respeito.

2.2 Relações entre jornalismo e o gênero

Dentro das abordagens apresentadas, é possível perceber a relação da mídia, em específico do jornalismo, com a cultura, principalmente no que se refere ao modo como os profissionais aprendem a se posicionar, bem como a constituir e a conhecer as normas comportamentais. Não só porque a mídia é um dos sistemas de representação social mais evidente, mas também

porque isso é resultado da representação social (Silva, 2010). Existem três funções que estão imbricadas nos discursos mediáticos:

a de organização coletiva dos sistemas de valores, que constituem esquemas de pensamento normatizados próprio a um grupo; a de exibição, diante de sua própria coletividade, das características comportamentais do grupo (rituais e lugares comuns) com fins de visibilidade, pois os membros do grupo têm necessidade de conhecer o que compartilham e o que os diferencia de outros grupos, para construir sua identidade: a de encarnação dos valores dominantes do grupo em figuras (indivíduos, instituição, objeto simbólico) que desempenham o papel de representantes da identidade coletiva. (Charaudeau, 2006, p. 116)

Assim como foi citado no subcapítulo anterior, Louro (1997) considera que a mídia, e em particular o jornalismo, está permeada por gênero e o resultado é a produção de gêneros em seus discursos que resulta em certa forma de poder na sociedade. “Investigar os modos como o jornalismo está permeado por gênero é o primeiro caminho para entender como o jornalismo acaba contribuindo para o processo de reprodução de valores e representações hegemônicas de gênero que, em última instância, refletem a existência de um padrão heteronormativo” (Silva, 2010, p. 63).

O fato de os profissionais estarem constituídos por gênero (e também por geração, religião, classe) tem ingerência direta nos modos de produção das notícias e também nas relações hierárquicas, de poder, de prestígio entre eles, bem como as próprias notícias são discursos produzidos com bases em concepções de gênero, e também por esses atributos são valoradas e hierarquicamente dispostas na programação. Das imbricações tanto das concepções como das relações de gênero e poder que se estabelecem no âmbito das produções noticiosas, as notícias - como conhecimentos sociais - acabam refletindo as convenções hegemônicas por sua relação direta com as instâncias de poder e de saber, bem como das influências diretas da cultura nos sujeitos produtores das notícias. (Silva, 2010, p. 64)

Silva (2010) ainda acrescenta,

A heteronormatividade é um padrão social que, entre outras coisas, atribui aos homens o papel de ativos e às mulheres, a passividade. Essa “certeza” se embaralha quando transposta para práticas sociais diversas da heterossexual, e em geral busca-se saber “quem é o homem/ativo ou a mulher/passivo” nessas relações, como se isso “naturalmente” acontecesse. (Silva, 2010, p. 174)

Pesquisar os modos como o jornalismo está permeado por gênero ajuda a entender de que forma ele influencia as relações de gênero existentes na sociedade e como sucedem reproduções de valores em um padrão heteronormativo, “porque a mídia participa dos processos didáticos de explicação dos conhecimentos que devem ser partilhados e tomados como norteadores da sociedade” (Silva, 2010, p. 62). A constatação de que o jornalismo é masculino também está amparada na pesquisa empírica realizada neste estudo, que “permitiu o reconhecimento de que o mesmo é constituído por sujeitos generificados, bem como que todos os procedimentos adotados na produção das notícias estão permeados por concepções de gênero e por relações de gênero e poder” (Silva, 2010, p. 65).

As feministas perceberam todo esse estereótipo que existe em torno do tratamento das mulheres, e começaram a utilizar-se dos blogs para questionar, opinar, para lhe dedicar atenção e preocupação, para fazer a sociedade se indagar sobre essas diferenças de gênero. Em uma entrevista dada ao website Portal Imprensa¹¹, Nana Queiroz, editora-chefe do blog Revista AzMina, afirmou que a Revista não deveria ser necessária e que todo o jornalismo deveria ser feminista.

A verdade é que eu acho que a Revista AzMina não deveria ser necessária, porque todo o jornalismo do Brasil e do mundo deveria ser feminista. O jornalismo feminista não é um que fala só de mulher, o jornalismo feminista é o que prega a equidade, a igualdade de direitos, que interpreta as mulheres como as pessoas inteligentes que elas são. Se o jornalismo fosse feminista em geral, não teríamos, por exemplo, os maiores veículos do Brasil como 70-90% de colunistas homens. Quando vamos para colunistas mulheres e, principalmente, mulheres negras, o número fica ainda pior. A Folha, por exemplo; não conheço nenhuma colunista negra. Então, a Revista AzMina vem para desfazer esse desequilíbrio, para dar um pouco de voz para o outro lado que está negligenciado pela imprensa em geral. E isso é empoderador para as mulheres. As mulheres precisam, em primeiro lugar, ser consideradas na hora da produção de conteúdo e de informação. E, em segundo lugar, elas precisam sentir que existe voz para mulher, que existe consideração para o que elas pensam, dizem e querem. (Nana Queiroz, em entrevista ao Portal Imprensa).

As reivindicações feministas foram se diversificando e se tornando mais complexas com o passar dos anos. Essas transformações ocorridas neste âmbito se deram, dentre outras razões, devido à informatização e à globalização da sociedade que, atualmente, se organizam em rede. Dentro do cenário de convergência e surgimento dos blogs, “na medida em que são divulgados conteúdos de interesse jornalístico, os blogs atuam como veículos promotores de discussões sobre assuntos da atualidade” (Dalmaso, 2010, p. 14).

2.3 Cultura da convergência

Existem diferentes tipos de feminismo, nomeadamente, liberal, materialista e radical, mas a ideologia que norteia os três é a mesma, a de que a sociedade é organizada de forma patriarcal, pelo que o homem possui vantagens sobre a mulher. A luta é por igualdade entre gênero em qualquer esfera. As estratégias utilizadas variam de acordo com as necessidades e oportunidades de cada época. Atualmente, pelo discorrer da investigação realizada neste trabalho, utilizar os blogs como instrumento de reivindicação parece ser um recurso importante na defesa de uma sociedade mais igualitária. “Bem vindo à cultura da convergência, onde as velhas e novas mídias colidem, onde mídia corporativa e mídia alternativa se cruzam, onde o produtor da mídia e o poder do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis” (Jenkins, 2009, p. 30).

¹¹ http://www.portalimprensa.com.br/mulheresqueinspiram/materia_26.asp. Acesso em 02/12/2016.

Por convergência refiro-me ao fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão quase a qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. Convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, dependendo de quem está falando e do que imaginam estar falando. (Jenkins, 2009, p. 30)

O cientista político Ithiel de Sola Pool é considerado o profeta da convergência dos meios de comunicação. O livro *Technologies of Freedom (1983)*, escrito por Pool, é eleito por Jenkins (2009) como o primeiro livro a descrever o conceito de convergência como um poder de transformação dentro das indústrias midiáticas. Para exemplificar o que significa essa transformação midiática, o autor usa como exemplo um estudante secundarista filipino-americano, Dino Ignacio, que criou no Photoshop uma colagem do Beto, de Vila Sésamo (1970), interagindo com o líder terrorista Osama Bin Laden. Depois do 11 de setembro, um jornalista de Bangladesh procurou na Internet imagens de Bin Laden para imprimir cartazes, camisetas e pôsteres antiamericanos. Sem saber da existência de Beto, o editor pensou que a imagem era uma boa fotografia do líder da Al-Qaeda. A montagem circulou pelo Oriente Médio (Imagem 2), e depois - por meio da cobertura da CNN sobre os protestos - pelo resto do mundo.

Imagem 2: A montagem de Osama Bin Laden e Beto, de Vila Sésamo, circulou por protestos no Oriente Médio.



Fonte: Carmelarios. www.carmelarios.files.wordpress.com. Acesso em 04/12/2016.

“De seu quarto, Ignácio desencadeou uma controvérsia internacional. Suas imagens cruzaram o mundo, algumas vezes veiculadas por meios comerciais, outras, por meios alternativos. E no final, inspirou seguidores de sua própria seita” (Jenkins, 2009, p. 30). A circulação do conteúdo, no entanto, só aconteceu devido à participação dos consumidores.

A circulação de conteúdos - por meio de diferentes sistemas de mídia, sistemas administrativos de mídias concorrentes e fronteiras nacionais - depende fortemente da participação ativa dos consumidores. Meu argumento aqui será contra a ideia de que a convergência deve ser compreendida principalmente como um processo tecnológico que une múltiplas funções dentro dos mesmos aparelhos. Em vez disso, a convergência representa uma transformação cultural à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos de mídia dispersos. (Jenkins, 2009, p. 30)

A convergência “é tanto um processo corporativo, de cima para baixo, quanto um processo de consumidor, de baixo para cima” (Jenkins, 2009, p. 46); das mídias porque as antigas e as novas se misturam, e do consumidor porque esse mudou a forma de se relacionar com as mídias, e passou a ser um elemento ativo e participativo. Jenkins (2009) denomina essa realidade como “cultura participativa”, em que o consumidor e o produtor são participantes e interagem de acordo com um novo conjunto de regras, e “envolve uma transformação tanto na forma de produzir quanto na forma de consumir os meios de comunicação” (Jenkins, 2009,

p. 44). Nesse cenário da convergência, a transformação acontece na cabeça das pessoas, e não nos aparelhos eletrônicos.

Cada um de nós constrói a própria mitologia pessoal, a partir de pedaços e fragmentos de informações extraídos do fluxo midiático e transformados em recursos através dos quais compreendemos nossa vida cotidiana. Por haver mais informações sobre determinado assunto do que alguém possa guardar na cabeça, há um incentivo extra para que conversemos entre nós sobre a mídia que consumimos. (Jenkins, 2009, p. 31)

Muitos autores acreditavam que a convergência aconteceria quando a televisão, o rádio e vídeo cassete se transformassem em um único aparelho - o que Jenkins (2009) denomina como “a falácia da caixa preta”. Jenkins (2009), no entanto, vai contra o pensamento destes autores, e acredita que essa transformação cultural “ocorre dos cérebros de consumidores individuais e em suas interações sociais com os outros” (Jenkins, 2009, p. 31). Santaella (2000) considera que estamos na cultura das mídias, na qual acontece a fusão entre a cultura de massa e a cultura digital; já Lemos (2003) traz o conceito de “mídias massivas” e “mídias pós-massivas” (Era da Convergência), e explica que essas mudanças não são drásticas e com o decorrer dos anos vão se aperfeiçoar.

A convergência das mídias é mais do que apenas uma mudança tecnológica. A convergência altera a relação entre tecnologias existentes, indústrias, mercados, gêneros e públicos. A convergência altera a lógica pela qual a indústria midiática opera e pela qual os consumidores processam a notícia e o entretenimento. Lembrem-se disto: a convergência refere-se a um processo, não a um ponto final. (Jenkins, 2009, p. 43)

O autor descreve como esse processo de convergência se dá a partir de, por exemplo, “publicitários tentando alcançar um mercado em transformação, artistas criativos encontrando novas formas de contar histórias, educadores conhecendo comunidades informais de aprendizagem, ativistas desenvolvendo novos recursos para moldar o futuro político” (Jenkins, 2009, p. 49). É necessário entender que o processo de convergência não teve um dia exato de início. Prontos ou não, já se vive numa cultura da convergência (Jenkins, 2009).

Por sua vez, a convergência dos meios de comunicação impacta o modo como consumimos esses meios. Um adolescente fazendo a lição de casa pode trabalhar ao mesmo tempo em quatro ou cinco janelas no computador: navegar na Internet, ouvir e baixar arquivos MP3, bater papo com os amigos, digitar um trabalho e responder e-mails, alternando rapidamente as tarefas. E fãs de um popular seriado de televisão podem capturar amostras de diálogos no vídeo, resumir episódios, discutir sobre roteiros, criar *fan fiction* (ficção de fã), gravar suas próprias trilhas sonoras, fazer seus próprios filmes - e distribuir tudo isso ao mundo pela Internet. A convergência está ocorrendo dentro dos mesmos aparelhos, dentro das mesmas franquias, dentro das mesmas empresas, dentro do cérebro do consumidor e dentro dos mesmos grupos de fãs. A convergência envolve uma transformação tanto na forma de produzir quanto na forma de consumir os meios de comunicação. Consumidores estão aprendendo a utilizar as diferentes tecnologias para ter um controle mais completo sobre o fluxo da mídia e para interagir com outros consumidores. As promessas desse novo ambiente de mídia provocam expectativas de um fluxo mais livre de ideias e conteúdos. Inspirados por esses ideais, os consumidores estão

lutando pelo direito de participar mais plenamente de sua cultura. (Jenkins, 2009, p. 46)

Entende-se por convergência quando os consumidores assumem o controle das mídias.

Se os antigos consumidores eram tidos como passivos, os novos consumidores são ativos. Se os antigos consumidores eram previsíveis e ficavam onde mandavam que ficassem, os novos consumidores são migratórios, demonstrando uma declinante lealdade a redes ou a meios de comunicação. Se os antigos consumidores eram indivíduos isolados, os novos consumidores são mais conectados socialmente. Se o trabalho de consumidores de mídia já foi silencioso e invisível, os novos consumidores são agora barulhentos e públicos. (Jenkins, 2009, p. 46)

Em resumo, a cultura da convergência é relevante para a sociedade, pois as mudanças desencadeadas nela são significativas. As mídias estão convergindo, mudando, interagindo, e o modo como a população interage com elas também (Jenkins, 2009).

Não espere que as incertezas em torno da convergência sejam resolvidas num futuro próximo. Estamos entrando numa era de longa transição e de transformação no modo como os meios de comunicação operam. Não haverá nenhuma caixa preta mágica que colocará tudo em ordem novamente. Produtores de mídia só encontrarão a solução de seus problemas atuais readequando o relacionamento com seus consumidores. O público, que ganhou poder com as novas tecnologias e vem ocupando um espaço na intersecção entre os velhos e os novos meios de comunicação, está exigindo o direito de participar intimamente da cultura. Produtores que não conseguirem fazer as pazes com a nova cultura participativa enfrentarão uma clientela declinante e a diminuição dos lucros. As contendas e as conciliações resultantes irão redefinir a cultura pública do futuro. (Jenkins, 2009, p. 51)

O autor levanta a questão da inteligência coletiva¹² - expressão criada pelo ciberteórico francês Pierre Lévy -, referindo que “nenhum de nós pode saber tudo; cada um de nós sabe alguma coisa; e podemos juntar as peças, se associarmos nossos recursos e unirmos nossas habilidades” (Jenkins, 2009, p. 31). Os blogs inserem-se nessa questão da inteligência coletiva; neles as pessoas podem fazer uma análise ou crítica sobre determinado assunto, lançar ideias, e o público pode participar por meio de comentários ou ao compartilhar nas redes sociais, o que pode influir uma nova perspectiva de conteúdo.

2.3.1 Blogs e a inteligência coletiva

O termo “blog” é a abreviação de “Weblog” (diário da web), envolve resumos e links para outros sites, e é o primeiro formato nativo da web (Jenkins, 2009). Os responsáveis pelos

¹²Jenkins (2009) define inteligência coletiva como “um termo de Pierre Lévy para se referir à capacidade de comunidades virtuais de alavancar o conhecimento e a especialização de seus membros, normalmente pela colaboração e discussão em larga escala. Lévy considera a inteligência coletiva uma nova forma de poder, com os mesmos efeitos do poder das migrações, do Estado-Nação e do capitalismo de massa” (Jenkins, 2009, p. 390).

blogs podem escrever sobre qualquer tema que queiram abordar (Blood, 2003). Os blogs possibilitam a divulgação de conteúdos opinativos e autorais por dispensar investimentos em impressão e distribuição. Para Melo (2003), ao fazer isso os blogs combinam dois gêneros jornalísticos: o opinativo e o informativo.

Em alguns casos, os blogueiros, assim como os spoilers estão atrás de informações sobre eventos que já foram revelados; mas, em muitos outros casos, ao contrário dos spoilers, eles estão tentando moldar eventos futuros, tentando utilizar a informação que descobriram para intervir no processo democrático. (Jenkins, 2009, p. 307)

No início do surgimento dos blogs, a ideia era a de que estes não estavam em nada relacionados com o jornalismo, mas depois dos atentados às torres gêmeas de Nova Iorque¹³ essa concepção mudou (Orihuela, 2006). Com a aceleração da utilização da Internet, os acessos aos sites aumentaram, o que resultou em reconhecimento aos blogueiros que dificilmente teriam um alcance tão grande em outras épocas.

A aproximação entre o campo jornalístico e os blogs, de acordo com Palacios (2006), está relacionada com oito efeitos:

1. A liberação do polo emissor: a liberdade de criação de espaços virtuais para todos, apesar de não haver garantia de visibilidade;
2. O questionamento do habitat do campo: pessoas sem formação em comunicação podem atuar livremente, criando um questionamento sobre o papel do jornalista;
3. A mudança nos critérios de noticiabilidade, que confirmam os dois efeitos anteriores, dependentes de quem faz a escolha de noticiar, comentar ou criticar um acontecimento;
4. A maior vigilância da mídia tradicional com a criação de blogs ao estilo “observatório da imprensa” e a manifestação do descontentamento das pessoas quanto ao fazer jornalístico das empresas de comunicação;
5. A ampliação do debate, possibilitada pela web, através dos comentários de leitores;
6. O jornalismo participativo ganhando força e junto com ele a ideia de *cidadão repórter*, munido de tecnologia suficiente para fotografar, filmar e gravar o que for necessário para noticiar um acontecimento;
7. A modificação da relação de audiência para rede, onde quem consome a informação também tem a possibilidade de produzir e transmitir;
8. O novo ecossistema informativo, efeito que ainda é uma incógnita considerando todas as variantes trazidas pelo novo modelo de circulação de informação e pelos efeitos citados anteriormente.

¹³Os atentados terroristas de 11 de setembro de 2001 foram uma série de ataques suicidas contra os Estados Unidos coordenados pela organização fundamentalista islâmica al-Qaeda em 11 de setembro de 2001.

O blog feminista Revista AzMina aqui analisado é um exemplo dos efeitos apontados por Palácios (2006). O blog representa um espaço plural onde, por meio de compartilhamentos e comentários, o público pode trocar suas experiências. Por serem um meio de fácil criação e postagem, os sites, portais, e blogs feministas vêm crescendo nos últimos anos e tornam a temática visível para quem se interessa pelo assunto. Durante os Jogos Olímpicos de 2016, ocorridas no Rio de Janeiro, a equipe dos blogs feministas mobilizaram campanhas digitais e realizaram coberturas a respeito do evento com o objetivo de mudar o paradigma de uma cobertura sexista¹⁴.

2.4 Interações em rede

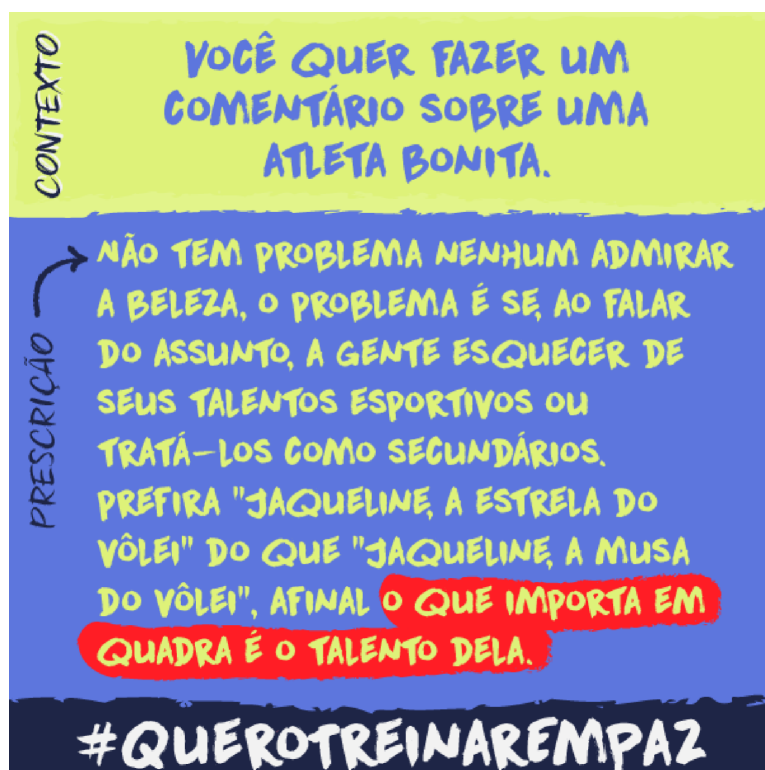
Scherer (2006) classifica a sociedade civil em três níveis: no primeiro nível encontra-se o associativismo local, como as associações civis, os movimentos comunitários e sujeitos sociais envolvidos com causas sociais ou culturais do cotidiano; no segundo nível encontram-se as formas de articulação inter-organizacionais, dentre as quais se destacam os fóruns da sociedade civil, as associações nacionais de ONGs e as redes de redes “que buscam se relacionar entre si para o empoderamento da sociedade civil, representando organizações e movimentos do associativismo local” (Scherer, 2006, p. 4); e num terceiro nível estão as mobilizações na esfera pública. Nesse nível, observa-se que as mobilizações são fruto da articulação de atores dos movimentos sociais localizados, das ONGs, dos blogs e fóruns e redes de redes:

E buscam transcendê-los por meio de grandes manifestações na praça pública, incluindo a participação de simpatizantes, com a finalidade de produzir visibilidade através da mídia e efeitos simbólicos para os próprios manifestantes e para a sociedade em geral, como forma de pressão política das mais expressivas no espaço público contemporâneo. (Scherer, 2006, p. 4)

A Revista AzMina, o blog estudado neste trabalho, ilustra essa forma de organização, pois conta com pessoas - principalmente mulheres - de diferentes partes do país, diferentes classes sociais e faixas etárias, que defendem ideais comuns. Além disso, promove campanhas em redes, como por exemplo a campanha realizada antes dos Jogos Olímpicos de 2016 intitulada “Quero Treinar em Paz”. Junto ao manifesto, a equipe da Revista criou o manual didático “Como não ser machista em contextos esportivos” para lembrar a jornalistas, treinadores, e espectadores como devem abordar as atletas, e também ter em mente que elas treinam porque querem competir e ser boas atletas, e não porque querem ser musas.

¹⁴Sexismo, de acordo com Smigay (2011), é o termo que se refere ao conjunto de ações e ideias que privilegiam determinado gênero ou orientação sexual em detrimento de outro gênero. De maneira geral, o termo é usado como exclusão ou rebaixamento do gênero feminino. Trata-se de uma posição que pode ser praticada tanto por homens quanto por mulheres.

Imagem 3: Manual da Revista AzMina ensina como não ser machista em contextos esportivos



Fonte: Revista AzMina. <https://olimpiadas.uol.com.br/colunas/azmina/2016/07/25/manual-didatico-de-como-nao-ser-um-machista-em-contextos-esportivos.htm>. Acesso em 12/01/2017.

Além disso, no período entre a Olimpíada de Londres em 2012 e a Rio 2016, o empoderamento feminino ganhou as ruas e as redes. São vários os blogs feministas que avançam e realizam uma cobertura mais consciente relativamente ao papel da mulher nos jogos. O Olga Esporte Clube¹⁵, por exemplo, é um projeto da ONG Think Olga¹⁶ cuja missão, como o próprio portal define, “é transformar a relação das mulheres com o esporte e abrir novas possibilidades para a prática feminina”. O Guerreiras Project¹⁷ utiliza o futebol como ferramenta para revelar, analisar e combater preconceitos de gênero. As Dibradoras¹⁸, que também atuam na conscientização a respeito do machismo presente nas coberturas dos meios de comunicação convencional, criaram a campanha #MaisQueMusas.

É em torno da rede eletrônica que essas ações se comunicam não só com movimentos locais, mas também com os mais globais, com movimentos de outra natureza, com simpatizantes, e com diferentes identidades. Scherer (2006) aponta que muitos defendem que o ativismo e a

¹⁵<http://olgaesportoclube.com/>

¹⁶<http://thinkolga.com/>

¹⁷<http://www.guerreirasproject.org/pt>

¹⁸<http://dibradoras.com.br/>

militância vêm perdendo fôlego nas últimas décadas, o que, segundo a mesma, é verdade para militância que se autodefine como “revolucionária”; mas existe um outro tipo de ativismo, que se alicerça nos valores da democracia, da solidariedade e da cooperação, e que vem crescendo significativamente nos últimos anos.

Todo esse processo de articulação é chamado por Ilse Scherer de “rede de movimento social”, e caracteriza-se por “sujeitos coletivos em torno de valores, objetivos ou projetos em comum, os quais definem os atores ou situações sistêmicas antagônicas que devem ser combatidas e transformadas” (Scherer, 2006, p. 113). A autora acrescenta:

A sociedade civil organizada do novo milênio tende a ser uma sociedade de redes organizacionais, de redes inter-organizacionais e de redes de movimentos e de formação de parcerias entre as esferas públicas, privadas e estatais, criando novos espaços de governança com o crescimento da participação cidadã. As redes de movimentos sociais possibilitam, nesse contexto, a transposição de fronteiras territoriais, articulando as ações locais às regionais, nacionais e transnacionais; temporais, lutando pela indivisibilidade de direitos humanos de diversas gerações históricas de suas respectivas plataformas; sociais em seu sentido amplo, compreendendo o pluralismo de concepções de mundo dentro de determinados limites éticos, o respeito às diferenças e a radicalização da democracia através do aprofundamento da autonomia relativa da sociedade civil organizada. (Scherer, 2006, p. 126)

Essa nova caracterização de ações sociais tornaram-se possíveis, segundo Scherer, porque há meios técnicos que as viabilizam, como a Internet e os e-mails. As redes sociais também são fatores importantes no momento de o grupo se comunicar com o coletivo. As postagens diárias no *FaceBook* relacionadas a causas fazem com que o público não se distancie do grupo. Assim, os encontros presenciais podem ser mais circunstanciais e espaçados quando a comunicação cotidiana está garantida pelos meios virtuais.

As redes, por serem multiformes, aproximam atores sociais diversificados - dos níveis locais aos mais globais, de diferentes tipos de organizações -, e possibilitam o diálogo da diversidade de interesses e valores. Ainda que esse diálogo não seja isento de conflitos, o encontro e o confronto das reivindicações e lutas referentes a diversos aspectos da cidadania vêm permitindo aos movimentos sociais passarem da defesa de um sujeito identitário único à defesa de um sujeito plural. (Scherer, 2006, p. 109)

A Revista *AzMina* também é um exemplo de luta feminista que se une a outras causas de igualdade, solidariedade, liberdade, justiça e paz. Dessa forma, as publicações não só conseguem se “comunicar com o conjunto das tendências do feminismo, dos movimentos de mulheres de base local, mas também com os mais globais, com movimentos sociais de outras especificidades, com simpatizantes de causas, formando redes de redes de movimentos” (Scherer, 2006, p. 119). De acordo com Ilse Scherer (2006), a nova utopia do ativismo são mudanças com engajamento com as causas sociais dos excluídos e discriminados, e com defesa da democracia na diversidade.

Até aqui foram levantadas as questões de gênero, as dificuldades encontradas pelas mulheres no esporte, o papel do jornalismo e seu imbricamento na cultura, e a importância dos blogs na era da convergência e organização em rede. Na segunda parte, será realizada a análise da cobertura dos Jogos Olímpicos de 2016 nos meios de comunicação GloboEsporte.com e Revista AzMina, num estudo empírico relacionado com as referidas questões.

Parte II - Estudo Empírico

3. Apresentação dos veículos a serem analisados

O tema da pesquisa se resume a analisar a abordagem dos meios de comunicação sobre as atletas durante a cobertura dos Jogos Olímpicos de 2016, no Rio de Janeiro. Para isso, foram analisados dois meios de comunicação distintos em suas ideologias, sendo estes a Revista AzMina, dentro da categoria mídia feminista, e o GloboEsporte.com na categoria de mídia convencional. A justificativa para a escolha destes dois meios em particular será realizada mais adiante.

O tema e o problema foram escolhidos devido a um estudo realizado pela *Cambridge University Press* no qual foi concluído que há diferenciações entre homens e mulheres esportistas na abordagem realizada pelos meios de comunicação. O tema levantou outras questões para a pesquisa:

P1: Como os valores partilhados pelo grupo social formado pelos jornalistas influenciam na construção das notícias que implicam em concepções de gênero?

P2: De que forma a cultura influencia na produção jornalística?

P3: De que maneira as concepções de gênero e a sexualidade se manifestam e são representadas nas notícias veiculadas?

Nos próximos subcapítulos serão apresentados os meios de comunicação analisados e a metodologia utilizada.

3.1 Revista AzMina

Apesar de A Revista Azmina ter realizado a cobertura dos Jogos Olímpicos de 2016 no blog, as reportagens aqui analisadas são as que foram escritas pela equipe, mas que foram publicadas na coluna do Uol Esporte¹⁹ com uma importante discussão sobre como a cobertura esportiva era sexista. E, assim, a equipe fez parte da cobertura da Rio 2016 no portal. Esse fator - de a Revista AzMina ter sido convidada por um meio de comunicação convencional - foi decisivo para a escolha da Revista AzMina ser analisada, porque demonstra que os meios de comunicação convencionais, neste caso o Uol, começaram a se preocupar com questões de gênero e abriram espaços para blogs feministas. A preferência em analisar as reportagens publicadas no site do Uol Esporte e não o discurso do blog justifica-se porque, como a equipe da Revista AzMina tinha essa coluna, as matérias relacionadas com os Jogos Olímpicos de 2016 foram publicadas nesse espaço. Poucas reportagens sobre o assunto foram encontradas no blog e não eram suficientes para a realização da análise.

¹⁹<https://olimpiadas.uol.com.br/colunas/azmina>

Outro critério foi ser um blog feminista que tivesse realizado cobertura da Rio 2016. Foram excluídos aqueles que não eram de autoria de brasileiras ou eram atualizados em línguas diferentes do português. A seguir, foram eliminados da pesquisa aqueles que, apesar de se auto-intitularem feministas, não possuíam mais do que dez matérias referentes aos Jogos Olímpicos. Outro fator importante foi ser um blog composto somente por uma equipe feminina que contasse com jornalistas. Por se encaixar nesses requisitos iniciais e por sua trajetória dentro do meio feminista na Internet, o blog Revista AzMina foi escolhido. A familiaridade com o conteúdo do blog também contribuiu para que fosse selecionado para análise.

É importante perceber que alguns veículos da mídia nacional tomaram providências para que a misoginia²⁰ fosse diminuída durante a cobertura dos Jogos Olímpicos e, por isso, pediram consultoria da Revista AzMina. Outros veículos de comunicação convencionais, no entanto, ainda abordaram as atletas como musas, gatas e afins, e reforçaram a mensagem que vem sendo enviada às mulheres há anos: o que importa é sua aparência.

A Revista AzMina tem como propósito abordar assuntos que contemplem todas as mulheres, belezas e formas, além de ensaios fotográficos com corpos reais - sem a utilização de photoshop. O projeto - que foi criado em 2015 - já conta com 92.556 usuários na página do *Facebook*²¹.

A criadora do blog é a jornalista Nana Queiroz, que atua como diretora executiva. Nana Queiroz é bacharel em jornalismo pela Universidade Estadual de São Paulo, especialista em Relações Internacionais pela Universidade de Brasília e está cursando mestrado em Estudos de Gênero na George Washington University. Nana Queiroz também é criadora do protesto Eu Não Mereço ser Estuprada, no âmbito do qual tirou uma foto na frente do Congresso Nacional, em Brasília, depois de o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA) ter divulgado uma pesquisa na qual apontou que 65% dos entrevistados consideravam que as mulheres de roupa curta mereciam ser estupradas. A jornalista postou a foto, no dia 28 de março de 2014, às 20h, junto com outras pessoas. A ação expandiu-se de uma maneira que, nos dias seguintes, aproximadamente 200 mil pessoas também postaram fotos semelhantes à de Nana.

Junto à jornalista, mais dez pessoas compõem a equipe da Revista, sendo elas Letícia Bahia, diretora Institucional; Tamyris Rodrigues, diretora educacional e militante; Helena Bertho, chefe de redação e jornalista pela Universidade Estadual de São Paulo; Ana Paula Lisboa, repórter especial; Carolina Vicentin, repórter especial de maternidade e especialista em Bioética e Marketing Digital; Juliana Luna, repórter especial de estilo e beleza; Larissa Ribeiro, diretora de arte e formada em arquitetura; Paula Fróes, fotojornalista; Paula Santos,

²⁰Etimologicamente a palavra “misoginia” surgiu a partir do grego *misogynia*, ou seja, a união das partículas *miseó*, que significa “ódio”, e *gyné* que se traduz para “mulher”. O conceito da superioridade de gênero e o sexismo ajudam a alimentar a ideia da desvalorização e preconceito contra as mulheres.

²¹ <https://www.facebook.com/revistaazmina>

desenvolvedora web; Luisa Marilac, colunista. A equipe da Revista tem como intuito produzir conteúdos com os quais as mulheres possam se identificar.

Basta parar na primeira banca de esquina para ver: as revistas femininas não são feitas para mulheres reais. Elas fazem com que as leitoras se sintam feias, antiquadas e presas no corpo errado. Tampouco falam sobre assuntos que contemplem todos os tipos de mulheres e sua imensa variedade de preferências. Por isso criamos AzMina, uma revista para mulheres de A a Z. Nela, haverá espaço para todos os tipos de belezas, rostos e formas. Ensaio de moda que contemplem corpos reais, evitem o consumismo e tragam sugestões de look que cabem no bolso. Além disso, AzMina terá reportagens profundas, independentes, responsáveis, sem rabo preso com anunciantes. A revista vai respeitar o seu direito de amar e de transar - e toda forma de amor. Vamos te encarar como o ser humano complexo que você é sem ficar te dizendo o que fazer. (Equipe da Revista AzMina, acesso em 11/01/2017)²²

A proposta da Revista AzMina é ser uma edição mensal, em formato digital, a que o público possa acessar via smartphone, tablet ou computador. O conteúdo é publicado, aos poucos, durante o mês, até que a edição esteja completa. A revista está dividida em seções, e algumas delas são:

- “Fôlego” - na qual são realizadas reportagens investigativas, de profundidade. Alguns dos temas abordados foram o aborto e a problemática do Zika, por exemplo.
- “Biscativismo feminismo negro” - espaço dedicado a todas as pessoas que desafiam o senso comum para provocar transformações;
- “Minas que honram o rolê” - composta por entrevistas, vídeos e ideias, com mulheres referência;
- “Molhadinha” - espaço que aborda o corpo das mulheres e a quebra de tabus;
- “Programa” - na qual são anunciados eventos relacionados com a cultura;
- “Mãezinha vírgula” - dedicada a uma maternidade mais livre de amarras, de regras e de machismo;
- “Divã D´azmina” - seção na qual todas as quintas-feiras acontece uma terapia coletiva;
- “Esporte” - espaço para uma cobertura mais igualitária a respeito das atletas mulheres comparada aos atletas homens.

Uma diferenciação da Revista comparada aos meios de comunicação convencional é que ela não possui anunciante. A principal fonte de renda da equipe são as doações das leitoras, ou seja, por meio de crowdfunding, que consiste num modelo colaborativo em que a pessoa paga

²²<http://juntos.com.vc/pt/azmina>. Acesso a 14/01/2017.

pelo jornalismo que quer ver. Nas Imagens 3 e 4 é possível entender como o processo funciona.

Imagem 4: Como funciona o processo de doação na Revista AzMina



Fonte: Revista AzMina <https://benfeitoria.com/azmina>. Acesso em 12/01/2017.

Imagem 5: Como a equipe da Revista Azmina utiliza o dinheiro?



Fonte: <http://azmina.com.br/>. Acesso em 13/01/2017.

A Revista também proporciona um setor voltado para a educação. A equipe disponibiliza-se a oferecer encontros online, oficinas, workshops e palestras, com o objetivo de debater temas relacionados com as mulheres. Assuntos como comunicação não machista, introdução ao feminismo, direitos das mulheres e humanos, como se comunicar com a mulher do século XXI, diversidade sexual e gênero, cultura do estupro, sistema carcerários femininos são alguns dos tópicos oferecidos.

A Revista também realiza consultorias para outros meios de comunicação, como foi o caso do Uol Esporte, que buscou ajuda da Revista AzMina e a Think Olga²³ para mapear as barreiras que mulheres esportistas encontram quando decidem realizar esportes. As duas ONG realizaram cinco reportagens em vídeos²⁴, com o tema Quero Treinar Em Paz, e estas foram publicadas uma semana antes do início das Olimpíadas 2016.

²³“A Olga é uma ONG feminista criada em abril de 2013. Nosso objetivo é criar conteúdo que reflita a complexidade das mulheres e as trate com seriedade que pessoas capazes de definir os rumos do mundo merecem. Nossa missão é empoderar mulheres por meio da informação e retratar as ações delas em locais onde a voz dominante não acredita existir nenhuma mulher”. Fonte: <http://thinkolga.com/a-olga/> acessado em 31/05/2017.

²⁴A série de reportagens Quero Treinar Em Paz pode ser conferida no link <https://www.uol/olimpiadas/especiais/querotreinarempaz.htm#tematico-1>

3.2 GloboEsporte.com

O GloboEsporte.com²⁵ foi escolhido porque queríamos um portal de comunicação convencional e que tivesse como foco a cobertura jornalística no meio esportivo. Além disso, o GloboEsporte.com faz parte do maior conglomerado de mídia do Brasil e América Latina- o Grupo Globo (anteriormente conhecido como Organizações Globo), que foi lançado em março de 2000. O Grupo Globo é composto pela Globo, Infoglobo, Editora Globo, Sistema Globo de Rádio, Som Livre, Globosat, Globo.com, Globo Filmes, Globo Condé Nast e Zap.

De acordo com o site Economist²⁶, não menos que 91 milhões de pessoas, pouco menos da metade da população do Brasil, passa pelo canal durante o dia: o tipo de audiência que, nos Estados Unidos, acontece apenas uma vez ao ano, e apenas para o canal que ganha o direito, naquele ano, de exibir o Super Bowl, o jogo dos campeões do futebol americano²⁷.

Segundo dados da Alexa Internet²⁸, A Globo.com é o sexto website mais acessado do Brasil, formado em cinco sessões principais: notícias, esportes, entretenimento, tecnologia e vídeos. São eles o G1, GloboEsporte.com, Gshow, Techtudo e Globo TV, os principais sites do portal.

²⁵<http://globoesporte.globo.com/>

²⁶www.economist.com

²⁷“No fewer than 91m people, just under half the population, tune in to it each day: the sort of audience that, in the United States, is to be had only once a year, and only for the one network that has won the rights that year to broadcast American football’s Super Bowl championship game”. Fonte: <http://www.economist.com/news/business/21603472-brazils-biggest-media-firm-flourishing-old-fashioned-business-model-globo-domination>. Acessado em 02/06/2017 (tradução nossa)

²⁸A Alexa Internet é um serviço de Internet pertencente à Amazon que mede quantos usuários de Internet visitam um determinado site da web. Os dados, que são atualizados de três em três meses podem ser conferidos neste link: <http://www.alexa.com/topsites/countries/BR>. Acessado em 21/02/2017.

Imagem 6: Layout do portal Globo

The screenshot shows the top navigation bar of the Globo.com website. It includes the logo 'globo.com' and several menu items: 'g1', 'ge', 'gshow', 'tech', and 'videos'. On the right side of the navigation bar, there are links for 'ASSINE JÁ', 'CENTRAL', and 'E-MAIL', along with a search bar containing the text 'encontre na globo.com' and a user profile icon.

The main content area features a large headline: **Odebrecht relata R\$ 150 milhões de caixa 2 à chapa Dilma-Temer**. Below this headline is a sub-headline: **Após delações da Odebrecht, Janot tem lista de pelo menos 30 nomes**.

Below the main headline are three smaller news items:

- Moro ouve hoje dois ex-PGR em ação de triplex**
* Pai e filho presos chegam hoje a Curitiba
- Receita começa hoje a receber declaração do IR**
* Programa único deve facilitar a transmissão
- Jovem achado na praia fez último post em bloco**
* Morte de menina vira 'caso de honra' em SP

On the right side of the page, there are two columns of sports news:

- Timão sofre, mas garante vaga na Copa do Brasil nos pênaltis**
* Sport e Náutico empatam em jogo de 'reservas' x titulares
- Portela e Império celebram títulos em dobro em Madureira**
* Paulo Barros: 'Pedigree forte'
* Assista à íntegra do desfile

Below the sports news, there is a table with the following data:

Equipe	Partidas	Vitórias	Empates	Derrotas	Gols
Flamengo	10	5	3	2	15
Botafogo	10	4	4	2	12
Vasco	10	3	5	2	10
Fluminense	10	3	4	3	11
Corinthians	10	2	6	2	8
Palmeiras	10	2	5	3	9
Santos	10	2	4	4	7
Grêmio	10	2	3	5	6
Internacional	10	2	3	5	7
Atlético	10	1	4	5	5
Paraná	10	1	3	6	4
Chapecoense	10	1	2	7	3
Joinville	10	1	2	7	4
América	10	1	2	7	3
Atlético-GO	10	1	2	7	3
América-MG	10	1	2	7	3
Coritiba	10	1	2	7	3
Paraná	10	1	2	7	3
Chapecoense	10	1	2	7	3
Joinville	10	1	2	7	3
América	10	1	2	7	3
Atlético-GO	10	1	2	7	3
América-MG	10	1	2	7	3
Coritiba	10	1	2	7	3

Below the table is a headline: **Vasco avança com 'forcinha' de zagueiro**.

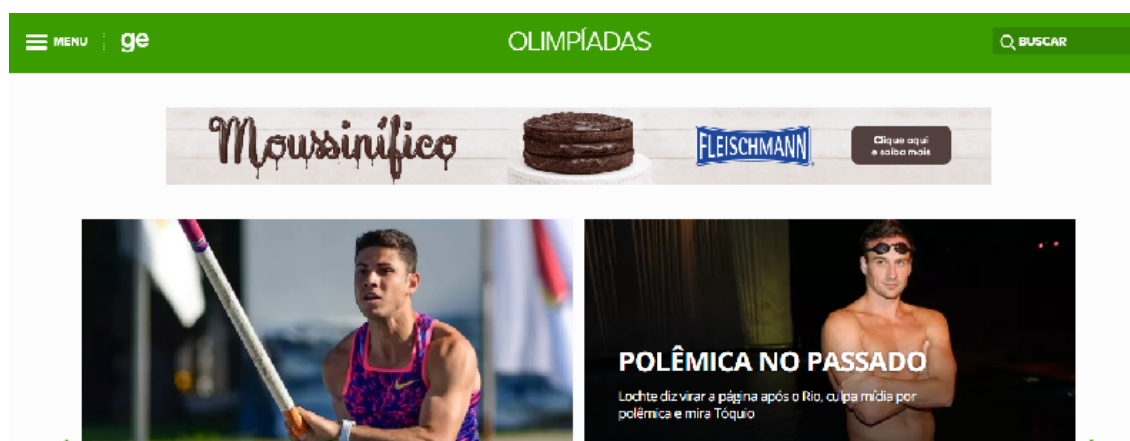
At the bottom right, there is a headline: **Veja as notas de todos os quesitos no RJ**.

Fonte: Globo.com. Acesso em 02/06/2017

O portal GloboEsporte.com foi lançado em 23 de abril de 2005 como Esporte na Globo e passou em 2006 a se chamar Globo Esporte. O portal reúne os conteúdos esportivos produzidos pela Globo e pelo canal SporTV, contendo material sobre as coberturas dos clubes de futebol internacional e nacional. O GloboEsporte.com também transmite jogos e competições esportivas ao vivo.

O slogan do site é “Tudo gira em torno do esporte” e só é necessário pagamento para assinatura de envio de notícias por celular.

Imagem 7: GloboEsporte.com



Fonte: Globoesporte.globo.com. Acesso em 02/06/2017.

De acordo com O Povo²⁹, a cobertura dos Jogos Olímpicos de 2016 foi a maior já feita pelo GloboEsporte.com. Cerca de 150 profissionais estavam exclusivamente dedicados ao portal. Antes de os Jogos começarem, a equipe do Site disponibilizou séries de projetos especiais, com infográficos, interatividade e vídeos. Durante a competição foram disponibilizados dois canais ao vivo - Globo e o Play nos Jogos -, todas as provas e placares tiveram cobertura em tempo real, além de uma série de narrativas digitais especiais.

²⁹Fonte: <http://blog.opovo.com.br/eshow/o-globoesporte-com-fara-uma-mega-cobertura-dos-jogos-do-rio-2016/>. Acessado em 02/06/2017.

Imagem 8: Biotipo dos atletas



Fonte: <http://app.globoesporte.globo.com/olimpiadas/biotipos-dos-atletas/>. Acesso em 02/06/2017.

As principais foram:

- Mapa das medalhas: em que foi possível encontrar as medalhas olímpicas dos atletas, desde o início das competições.
- Biotipo dos atletas: Cerca de 60 atletas, de diferentes modalidades, foram fotografados para revelar seus biotipos e como cada esporte influencia a forma física do atleta de forma diferente.
- Medalhões olímpicos: Retratou o trajeto de grandes ícones olímpicos até o momento em que chegaram às competições.
- Meu pódio olímpico: O usuário pôde montar e eleger quem eram seus atletas preferidos de todos os tempos para a construir seu próprio pódio olímpico.

- Mapa da tocha: A ferramenta mostrou o trajeto da tocha olímpica, com um quadro detalhado de datas.

3.3 Objetivos e Hipóteses

Este projeto tem o seguinte objetivo geral:

- Saber que significações foram produzidas em relação às atletas durante a cobertura dos Jogos Olímpicos de 2016.

Os objetivos específicos são:

1. Identificar, por meio da comparação das publicações, os sentidos que a mídia convencional e a mídia de referência deram às atletas.
2. Identificar os aspectos textuais que a mídia convencional e a mídia feminista deram às atletas.
3. Analisar de que maneira as concepções de gênero se manifestam e são representadas nas notícias veiculadas.

De acordo com a revisão teórica abordada, o projeto assume as seguintes hipóteses:

H1: A mídia convencional utiliza diferentes estratégias para manter a aparente objetividade do discurso jornalístico;

H2: O discurso proferido pela mídia convencional contém ideologias machistas;

H3: A ideologia representada pela mídia feminista busca a equidade de gênero.

3.4 Metodologia e desenho da investigação

A Olimpíada de 2016 teve a maior cobertura da história das Olimpíadas. De acordo com o site torcedores.com³⁰, a Sportv, por exemplo, contou com 16 canais na TV e 56 sinais ao vivo na Internet. Cerca de 500 profissionais participaram na transmissão da da Entertainment and Sports Programming Network (ESPN), com equipes do Brasil, América Latina e Estados Unidos. A Fox Sports teve uma equipe com 300 pessoas. Além disso, oito emissoras diferentes transmitiram os Jogos Olímpicos para o Brasil: Rede Globo, Bandeirantes e Record (TV aberta), Record News, BandSports, ESPN, SporTV e Fox Sports (TV a cabo). Com base nessas informações e também nas levantadas durante a pesquisa, para identificar a temática e as

³⁰ <http://torcedores.com/noticias/2016/07/rio-2016-cobertura-historia-olimpiadas>. Acesso em 12/02/2017.

discussões a respeito da cobertura dos Jogos Olímpicos de 2016 sobre as atletas, optou-se como método pela Análise de Conteúdo de dois meios de comunicação distintos: o jornalismo convencional *versus* blog engajado com o feminismo.

A Análise de Conteúdo atualmente pode ser definida como um conjunto de instrumentos metodológicos, em constante aperfeiçoamento, que se presta a analisar diferentes fontes de conteúdos (verbais ou não-verbais). Quanto a interpretação, a Análise de Conteúdo transita entre dois polos: o rigor da objetividade e a fecundidade da subjetividade. É uma técnica refinada, que exige do pesquisador, disciplina, dedicação, paciência e tempo. Faz-se necessário também, certo grau de intuição, imaginação e criatividade, sobretudo na definição das categorias de análise. Jamais esquecendo do rigor e da ética, que são fatores essenciais (Freitas, Cunha, & Moscarola, 1997, p. 42).

Para Bardin (1977), a Análise de Conteúdo deve orientar-se por uma estrutura classificada em três fases: pré-análise; exploração do material; e tratamento dos resultados, inferência e interpretação. Seguindo a estrutura que Bardin propôs, a pré-análise da presente dissertação teve início com a leitura flutuante. A escolha das matérias que foram utilizadas aconteceu após a definição dos objetivos, em que se delimitou que seriam estudadas as notícias produzidas nos portais do GloboEsporte.com e da Revista AzMina - no período que corresponde a 1 de junho até o último dia dos Jogos Olímpicos de 2016 - 21 de agosto. Em um primeiro momento, a recolha ocorreu através das publicações direcionadas aos portais globoesporte.globo.com e olimpíadas.uol.com.br/colunas/azmina. Depois foram selecionadas as notícias referentes aos meses de junho, julho e agosto e, por fim, as publicações que tiveram como foco central a (s) mulher(es) atleta(s).

Após a reformulação das hipóteses e dos objetivos, segundo a estrutura de Bardin (1977) citada anteriormente, partiu-se para delimitação das notícias que foram analisadas na abordagem qualitativa. Como a Revista AzMina possui um número inferior de publicações (totalizando 24 publicações), optou-se por procurar no GloboEsporte.com matérias que abordassem o mesmo tema das publicadas pela Revista. Por exemplo, depois de feita a filtragem das publicações entre os meses de junho e agosto, em que as atletas fossem o foco das matérias, buscou-se no GloboEsporte.com publicações que contivessem os mesmos temas das matérias selecionadas na coluna da Revista AzMina. As matérias selecionadas foram as que apareceram no topo do site, ou seja, aquelas que apareceram primeiro. Os temas/palavras-chave foram separadas por: futebol feminino, ginástica, gorda, Ingrid Oliveira, menstruação, Rafaela Silva, uniforme mulheres, Yelena Isinbayeva. Sendo assim, cada tema possui duas matérias, sendo uma da Revista AzMina e outra do GloboEsporte.com. A partir destas, o corpus final conta com 16 matérias e é sobre estas que se faz a Análise de Conteúdo visando o objetivo geral da pesquisa.

Tabela 5 - Publicações analisadas (veículo de comunicação, tema, data de publicação, título)

Matérias analisadas				
Matéria	Veículo de comunicação	Tema	Data	Título
1	Revista AzMina	Futebol feminino	04.08.2016	Abertura do futebol expõe o machismo do comentário jogo de mulher é feio
2	GloboEsporte.com	Futebol feminino	07.06.2016	Estrela no mundo: Marta lamenta falta de reconhecimento no Brasil
3	Revista AzMina	Ginástica	15.08.2016	Por que a ginástica é artística só para as mulheres?
4	GloboEsporte.com	Ginástica	04.08.2016	Na ginástica americana, homens ficam às sombras das mulheres: "Merecem!"
5	Revista AzMina	Gorda	12.08.2016	Atletas gordos da Rio 2016 nos fazem quebrar preconceitos de saúde e beleza
6	GloboEsporte.com	Gorda	07.08.2016	Xodó, goleira angolana de 98 kg quer emagrecer só "por causa do vestido"
7	Revista AzMina	Ingrid Oliveira	13.08.2016	Ingrid Oliveira, atleta dos saltos ornamentais, faz sexo - e sua mãe também
8	GloboEsporte.com	Ingrid Oliveira	10.08.2016	Noite em casal, briga e saltos calados: escapulida de Ingrid abala Time Brasil
9	Revista AzMina	Menstruação	18.08.2016	Como a medicina transformou menstruação e gravidez em vantagem para atletas

10	GloboEsporte.com	Menstruação	30.07.2016	Sarah opta por lutar menstruada na busca por bi olímpico: “Fico mais forte”
11	Revista AzMina	Rafaela Silva	09.08.2016	Reflexões de uma favelada sobre a vitória de Rafaela Silva
12	GloboEsporte.com	Rafaela Silva	08.08.2016	Somos todos Silva: Rafaela conquista 1º ouro do Brasil nos Jogos Olímpicos de 2016
13	Revista AzMina	Uniforme mulheres	03.08.2016	Exigência de beleza e uniforme curto atrapalham mulheres dizem estudos
14	GloboEsporte.com	Uniforme mulheres	04.08.2016	Com 5 mil cristais americanas usarão collant de quase R\$ 4 mil nos Jogos Olímpicos de 2016
15	Revista AzMina	Yelena Isinbayeva	13.06.2016	Yelena Isinbayeva pelas mulheres no esporte mas contra os gays na Rússia
16	GloboEsporte.com	Yelena Isinbayeva	24.07.2016	Isinbayeva chora por injustiça, mas se conforma em estar fora da Rio 2016

Para analisar as 16 publicações que compõem esta pesquisa, os tópicos foram divididos em elaboração de indicadores por módulos e códigos. O módulo um tem como foco observar o perfil das atletas abordadas nas notícias. Para isso, foram desenvolvidos dois códigos base: 1) modalidade praticada e 2) a faixa etária.

O módulo dois para análise visa perceber os aspectos textuais analisados. Para isso, foram construídos 9 códigos para identificar características dos textos analisados: 1) Foco abordado em cada título; 2) Foco abordado em cada matéria; 3) Verificar alusões a características físicas e aspectos estéticos (peso, tipo de pele, cabelo, altura, preocupações com o corpo

(dietas, exercícios físicos); 4) Averiguar referências a sua idade e conotação; 5) Identificar referências heteronormativas; 6) Verificar a presença de adjetivos; 7) Referências a esfera doméstica; 8) Identificar alusões a “mulher comum” para aproximar o leitor da personagem criando empatia; 9) Referência a conquista da atleta.

Após a definição do corpus, assim como a elaboração dos códigos, segue-se a Análise de Conteúdo a fim de cumprir os objetivos propostos inicialmente para esta pesquisa.

4. Processo de construção do discurso tradicional versus mídia feminista

A separação por temas foi realizada com o objetivo de responder à questão problema: quais são as principais diferenças de abordagem entre os meios de comunicação convencional e o engajado com o feminismo quando o foco é a mulher como atleta? A escolha do tema para cada uma das postagens obedeceu à seguinte seleção:

1. Filtragem das publicações entre os meses de junho e agosto nos sites da Revista AzMina e no GloboEsporte.com, em que as atletas fossem o foco das matérias.
2. Depois de feita essa seleção, sobraram oito matérias da Revista AzMina com os temas futebol feminino, ginástica, gordas, Ingrid Oliveira, menstruação, Rafaela Silva, uniforme mulheres, Yelena Isinbayeva.
3. Buscou-se no GloboEsporte.com publicações que tivessem esses mesmos temas. As matérias selecionadas foram as que apareceram primeiro, ou seja no topo do site.

4.1 Postagens analisadas

Esta seção tem como finalidade realizar a Análise do Conteúdo das 16 publicações publicadas entre 1 de junho e 21 de agosto de 2016, que se enquadram nas categorias previamente esclarecidas para compor o *corpus*. Com o objetivo de obter mais clareza, a análise foi dividida por módulos e, em seguida, por códigos e também com aspectos que foram considerados pertinentes.

4.1.1 Perfil das atletas

O módulo 1, basicamente, tem como objetivo perceber características básicas das atletas que compõem as matérias. Sendo assim, foram analisadas as 16 atletas protagonistas de cada publicação. Das 16 atletas, duas praticam futebol, duas ginástica, duas handebol, duas salto ornamental, quatro judô, uma boxe, uma ginástica olímpica, duas atletismo.

Sobre a faixa de idade das participantes das publicações, a maior incidência é na faixa etária de 15 a 25 anos, na qual foram encontradas quatro participantes; de 26 a 35 anos foram encontradas duas participantes; e uma atleta na faixa etária de 36 a 45 anos. Além disso, nove atletas não tiveram suas idades citadas nas publicações.

4.1.2 Foco abordado em cada matéria

Esse código tem como objetivo fazer um resumo de cada matéria analisada para poder ter uma ideia de suas abordagens. Optou-se, assim, separar os resumos por tema.

- Futebol feminino

Como foi supracitado no capítulo 1, o futebol feminino enfrenta dificuldades ao longo da sua história, e um dos motivos é o preconceito - pois tradicionalmente é considerado um esporte unicamente masculino, em que a masculinidade e a virilidade são simbolizadas pela rivalidade, força e pelo contato físico. A falta de interesse das federações e dos dirigentes reflete-se na mídia e no interesse do público. A publicação da Revista AzMina³¹ "Abertura do futebol expõe o machismo do comentário: "Jogo de mulher é feio"", critica um comentário realizado por um dos seguidores do Twitter que comentou "Eu não sou machista. Pelo contrário. Mas acho futebol feminino ruim. Não tenho nada contra mulher comentar futebol (isso sim seria machismo)". A jornalista afirma que essa citação é sim machista e explica "é uma frase que dá a entender que o futebol feminino não chega mais longe por culpa da falta de habilidade das atletas, alguma coisa que seria um "defeito de gênero"". Nana Queiroz, jornalista responsável pela matéria, utiliza como exemplo a atleta Cristiane - que se tornou a melhor artilheira na história das Olimpíadas - e Marta - que fez mais gols com a camisa da seleção. Aborda também as dificuldades das atletas no campo social e econômico.

A publicação do GloboEsporte.com³², "Na ginástica americana, homens ficam às sombras das mulheres: "Merecem" versa sobre a falta de reconhecimento que Marta, as jogadoras femininas brasileiras e o futebol feminino sofrem no Brasil. Apesar de Marta ter recebido o título de melhor do mundo cinco vezes, o país não coloca a jogadora num patamar que deveria estar. Outro ponto levantado no texto é que, apesar dessa falta de reconhecimento, é inegável que o futebol feminino, com o passar dos anos, está avançando.

- Ginástica

A ginástica foi uma das poucas categorias que as mulheres, ao longo da história, não encontraram dificuldades para praticar, pois é considerado um esporte que pode ressaltar suas curvas e delicadeza.

A publicação da Revista AzMina³³ "Por que a ginástica é artística só para as mulheres", basicamente, questiona o porquê das apresentações femininas na ginástica olímpica serem guiadas por coreografias e músicas, enquanto na masculina não há som e fica restrita às

³¹ Disponível em <https://olimpiadas.uol.com.br/colunas/azmina/2016/08/04/abertura-do-futebol-expoe-o-machismo-do-comentario-jogo-de-mulher-e-feio.htm>. Acesso em 20/04/2017.

³² Disponível em <http://globoesporte.globo.com/futebol/futebol-feminino/noticia/2016/06/estrela-no-mundo-marta-lamenta-falta-de-reconhecimento-no-brasil.html>. Acesso em 20/04/2017.

³³ Disponível em <https://olimpiadas.uol.com.br/colunas/azmina/2016/08/15/por-que-a-ginastica-e-artistica-so-para-as-mulheres.htm>. Acesso em 21/04/2017.

acrobacias. Ainda é levantada a questão sobre se essa diferença é explicada pela diferença entre os corpos, ou é uma forma de sexismo.

Já a publicação do GloboEsporte.com³⁴, "Na ginástica americana, homens ficam às sombras das mulheres: Merecem" levanta a questão de que os ginastas masculinos recebem menos atenção da mídia - e conseqüentemente do público - quando comparados às mulheres. O texto traz falas de atletas homens dizendo que eles não se importam e sabem que as meninas merecem essa atenção, pois a ginástica é um dos únicos lugares do mundo em que as mulheres têm reconhecimento.

- Gorda

A publicação da Revista AzMina³⁵ "Atletas gordos da Rio-2016 nos fazem quebrar preconceitos de saúde e beleza" aborda o preconceito que existe em torno das pessoas gordas e do estereótipo de que não são pessoas saudáveis. Utiliza como exemplo a goleira do handebol de Angola, Teresa Almeida, conhecida como Bá, que com 98kg e 1.70m de altura fez defesas admiráveis. Apesar de Bá ser a protagonista da matéria, também foram citados o judoca Rafael Silva e o nadador Robel Kiros Habte - atletas gordos, mas que também se destacaram na Olimpíada.

Já o GloboEsporte.com, com a publicação "Xodó, goleira angolana de 98kg quer emagrecer "só por causa do vestido" traz como protagonista a goleira do handebol de Angola, Bá, e destaca a importância que ela teve na partida contra a Romênia. Diz ainda que, apesar de a atleta gostar e ter orgulho do seu físico, ela pensa perder quilos para caber no vestido de casamento. No final de 2016, ela estava com casamento marcado com um militar.

- Ingrid Oliveira

Ingrid Oliveira, atleta brasileira do salto ornamental, tornou-se manchete na Olimpíada de 2016, mas não por seu desempenho como atleta. Ingrid ganhou destaque por ter levado o atleta de canoagem, Pedro Henrique Gonçalves, ao quarto que dividia com a sua dupla e parceira de treino, Giovanna Pedroso. Na véspera da competição de plataforma de 10 metros, Ingrid levou o atleta ao quarto e pediu para a companheira deixar o local.

A publicação da Revista AzMina³⁶ "Ingrid Oliveira, atleta dos saltos ornamentais, faz sexo - e sua mãe também" critica os meios de comunicação que noticiaram que Ingrid Oliveira teria levado um atleta ao seu quarto, pois além de terem sido machistas, ainda invadiram a privacidade da atleta. "O que estamos dizendo sobre nós quando transformamos a transa de uma mulher em notícia? Acaso acreditamos termos sido trazidos na trouxa de uma cegonha?",

³⁴ Disponível em <http://globoesporte.globo.com/olimpiadas/ginastica-artistica/noticia/2016/08/na-ginastica-americana-homens-ficam-sombras-das-mulheres-merecem.html>. Acesso em 21/04/2017.

³⁵ Disponível em <https://olimpiadas.uol.com.br/colunas/azmina/2016/08/12/atletas-gordos-da-rio-2016-nos-fazem-quebrar-preconceitos-de-saude-e-beleza.htm>. Acesso em 23/03/2017

³⁶ Disponível em <https://olimpiadas.uol.com.br/colunas/azmina/2016/08/13/ingrid-oliveira-atleta-dos-saltos-ornamentais-faz-sexo-e-sua-mae-tambem.htm>. Acesso em 24/03/2017.

questiona o texto. Afirma também que os jornalistas que escreveram sobre esse fato pessoal da vida de Ingrid não fizeram jornalismo, mas sim fofoca.

A publicação do GloboEsporte.com³⁷ "Noite em casal, briga e saltos calados: escapulida de Ingrid abala Time Brasil" aborda o caso da atleta Ingrid Olveira que levou outro atleta da delegação brasileira ao quarto que dividia com Giovanna, e a quase expulsão de Ingrid da Olimpíada, "A pressão aumentou e a crise chegou ao alto escalão do Comitê Olímpico do Brasil (COB). Cogitou-se uma medida drástica: o afastamento de Ingrid da delegação". Também traz um link de uma entrevista com a atleta Giovanna.

- Menstruação

A publicação da Revista AzMina³⁸ "Como a medicina transformou menstruação e gravidez em vantagem para atletas" aborda que a medicina esportiva tem transformado o que antes eram consideradas desvantagens competitivas das mulheres em apenas mais um fato ou, no melhor cenário, em benefício para a performance. A ginecologia esportiva atua no Brasil desde 2007, mas há apenas dois anos o país domina a questão do ciclo menstrual. Esses médicos, de acordo com a publicação, atuam baseados no conhecimento de que o ciclo menstrual se divide em duas etapas. Ou seja, na primeira fase há ganho de resistência e, na segunda, aumento de peso. Apesar do tema menstruação ser o foco principal da matéria, também é abordada a questão da lactação e gestação na vida das atletas.

Já a publicação do GloboEsporte.com³⁹, "Sarah opta por lutar menstruada na busca por bi olímpico: "Fico mais forte" cita a atleta Sarah Menezes e sua preferência em competir quando está menstruada. Após anos de testes, a judoca constatou um melhor rendimento durante o seu período, pois percebeu que rendia melhor no tatame por se sentir mais forte e determinada. Isso acontece por conta do aumento da testosterona - hormônio que promove a força.

- Rafaela Silva

Rafaela Silva, 24 anos, que cresceu na favela carioca Cidade de Deus, é uma judoca campeã olímpica e mundial brasileira. Em agosto de 2016, conquistou medalha de ouro da categoria até 57kg nas Olimpíadas Rio 2016, após derrotar a judoca da Mongólia, Dorjsürengiin Sumiyaa, então líder do ranking mundial.

³⁷ Disponível em <http://globoesporte.globo.com/olimpiadas/saltos-ornamentais/noticia/2016/08/noite-em-casal-briga-e-saltos-calados-escapulida-de-ingrid-abala-time-brasil.html>. Acesso em 24/03/2017.

³⁸ Disponível em <https://olimpiadas.uol.com.br/colunas/azmina/2016/08/18/como-a-medicina-transformou-menstruacao-e-gravidez-em-vantagem-para-atletas.htm> Acesso em 30/03/2017.

³⁹ Disponível em <http://globoesporte.globo.com/olimpiadas/judo/noticia/2016/07/sarah-opta-por-lutar-menstruada-na-busca-por-bi-olimpico-fico-mais-forte.html> Acesso em 30/03/2017.

A publicação da Revista AzMina⁴⁰ "Reflexões de uma favelada sobre a vitória de Rafaela Silva", escrita por Ana Paula Lisboa e moradora do Complexo da Maré, favela da Zona Norte do Rio, aborda a vitória do ouro olímpico de Rafaela Silva, que começou a lutar ainda criança. Foi desclassificada nas Olimpíadas de Londres e ganhou ouro olímpico lutando em casa - e competindo com a mesma adversária de 2012. Além disso, problematiza a questão da meritocracia, em que muitas pessoas acreditam, segundo a publicação, que basta ser trabalhador, lutador, dedicado e inteligente para chegar onde Rafaela chegou. Mas não levam em conta que pessoas como Rafaela não conseguem ir adiante por conta de balas perdidas, falta de financiamento, violência policial e racismo. Por isso, de acordo com a matéria, não basta mérito, é preciso sorte também.

A publicação do GloboEsporte.com⁴¹, "Somos todos Silva: Rafaela conquista 1º ouro do Brasil na Olimpíada do Rio " aborda a vitória de Rafaela Silva - uma das milhões de brasileiras que tiveram uma infância pobre. No primeiro parágrafo, a vida pessoal da judoca é citada e diz que seu pai a colocou em um projeto social que ensinava judô para evitar que o crime organizado a seduzisse. Em seguida, o texto aborda a reação negativa do público depois da sua derrota em Londres 2012. Pela internet, a atleta havia recebido crítica e insultos raciais. E, depois, finaliza com um breve resumo das conquistas da judoca na Olimpíada 2016.

- Uniforme mulheres

A publicação da Revista AzMina⁴² "Exigência de beleza e uniforme curto atrapalham mulheres, dizem estudiosos" cita uma fala da estrela do boxe mundial, Katie Taylor, dizendo que não vai usar minissaias no ringue, pois não usa nem para sair à noite. Em seguida, a publicação problematiza a cobrança para que atletas usem uniformes curtos e justos não somente no boxe, mas em outras modalidades. Em 2012, por exemplo, a Confederação de Basquete da Europa exigiu que as jogadoras usassem um uniforme no estilo macacão, colocado ao corpo. No ano passado, as brasileiras que disputaram medalhas no atletismo e no vôlei, de quadra e de praia, também estavam vestidas com menos panos.

Já a publicação do GloboEsporte.com⁴³, "Com 5 mil cristais, americanas usarão collant de quase 4 mil reais na Olimpíada" aborda a roupa que as ginastas americanas iam utilizar nos Jogos do Rio - um dos colants utilizado pela estrela Simone Biles e suas companheiras, por exemplo, conta com cerca de 5 mil cristais reluzentes. Além disso, o texto também cita que as ginastas americanas são as donas dos holofotes, e que elas chegam como amplas favoritas e chamam a atenção por séries seguras e de alto nível.

⁴⁰Disponível em <https://olimpiadas.uol.com.br/colunas/azmina/2016/08/09/reflexoes-de-uma-favelada-sobre-a-vitoria-de-rafaela-silva.htm> Acesso em 30/03/2017.

⁴¹Disponível em <http://globoesporte.globo.com/olimpiadas/judo/noticia/2016/08/somos-todos-silva-rafaela-conquista-1-ouro-do-brasil-na-olimpiada-do-rio.html> Acesso em 04/04/2017.

⁴²Disponível em <https://olimpiadas.uol.com.br/colunas/azmina/2016/08/03/exigencia-de-beleza-e-uniforme-curto-atrapalham-mulheres-dizem-estudiosos.htm> Acesso em 06/04/2017.

⁴³Disponível em <http://globoesporte.globo.com/olimpiadas/ginastica-artistica/noticia/2016/08/com-5-mil-cristais-americanas-usarao-collant-de-quase-r4-mil-na-olimpiada.html> Acesso em 07/04/2017.

- Yelena Isinbayeva

Yelena Isinbayeva, ex-saltadora de vara russa, bicampeã olímpica e atual recordista mundial com a marca de 5,06 metros, obtida em 28 de agosto de 2009 em Zurique. Já bateu 28 vezes o recorde do salto com vara. A publicação da Revista AzMina⁴⁴ "Yelena Isinbayeva: contra os gays e vítima de machismo na Rússia" contextualiza que a Federação Internacional de Atletismo ia decidir se a Rússia participaria das Olimpíadas do Rio. A suspensão aconteceu depois de a Agência Mundial Antidoping apontar um esquema de doping no país. Na linha de frente do contra-ataque russo estava Yelena Isinbayeva, maior talento feminino no salto com vara, com dois ouros olímpicos e três títulos mundiais. Os resultados dos exames anti-doping em sua carreira foram todos negativos. Nem por isso, porém, esteve longe de polêmicas. Além disso, o texto retrata um episódio de homofobia por parte da atleta, no mundial de atletismo de Moscou, em 2013. Algumas competidoras pintaram as unhas com as cores do arco-íris para protestar contra a lei russa que proibia informar menores de idade sobre a homossexualidade e Yelena considerou o protesto ofensivo: "É desrespeitoso com nossos cidadãos. Nunca tivemos esses problemas na Rússia, e não queremos ter no futuro", disse Yelena.

Já a publicação do GloboEsporte.com⁴⁵, "Isinbayeva chora por injustiça, mas "se conforma" em estar fora da Rio 2016" aborda que Yelena Isinbayeva se conformou com sua ausência na Olimpíada do Rio 2016. Fora dos Jogos após o veto do Comitê Olímpico Internacional aos atletas do atletismo russo, a saltadora usou as redes sociais para desabafar. Aborda ainda que a suspensão da delegação da Rússia aconteceu após um escândalo de doping denunciado por uma comissão independente da Agência Mundial Antidoping (Wada).

4.1.3 Foco abordado no título da matéria

Esse código tem como objetivo identificar se os títulos das matérias analisadas são positivos, negativos ou neutros em relação às atletas.

Tabela 6 - Foco abordado no título da matéria

Foco abordado no título da matéria								
Tema	AzMina				GloboEsporte.com			
	Positivo	Negativo	Neu- tro	Não se aplica	Positivo	Negati- vo	Neutro	Não se aplica
Futebol feminino	x				x			

⁴⁴Disponível em <https://olimpiadas.uol.com.br/colunas/azmina/2016/06/13/yelena-isinbayeva-pelas-mulheres-no-esporte-mas-contra-os-gays-na-russia.htm> Acesso em 11/04/2017.

⁴⁵Disponível em <http://globoesporte.globo.com/olimpiadas/atletismo/noticia/2016/07/isinbaeva-chora-por-injustica-mas-se-conforma-em-estar-fora-da-rio-2016.html> Acessado em 12/04/2017.

Ginástica	x					x		
Gorda	x					x		
Ingrid Oliveira	x					x		
Menstruação	x						x	
Rafaela Silva			X		x			
Uniforme mulheres	x							X
Yelena Isinbayeva			X				x	

Como observado na tabela 6 foi identificado um viés positivo em relação às atletas na maioria dos títulos das publicações da Revista AzMina, totalizando seis matérias; e dois foram consideradas neutros. Um título destaca as “reflexões de uma favelada sobre a vitória de Rafaela Silva” então não sendo possível identificar se a reflexão que vem a seguir é positiva e/ou negativa, e o outro refere que “Yelena Isinbayeva é contra os gays e vítima do machismo na rua”; ao mesmo tempo que afirma que a atleta é contra os gays, também ressalta a sua posição de vítima. Já nos títulos das publicações do GloboEsporte.com, a maioria foi identificada como negativo, ou seja, contra a atleta, totalizando três publicações. Os títulos tiveram como foco “na ginástica os homens ficam às sombras das mulheres”; “goleira angolana quer emagrecer só por causa do vestido” - nessa publicação a relação com o casamento da atleta e a conseqüente preocupação em ficar magra fica evidente; e “escapulida de Ingrid abala time do Brasil”. Dois títulos encaixam-se como sendo positivos; dois neutros e um não se aplicou ao critério.

4.1.4 Menção a características físicas

A veneração a características físicas e aos títulos de “musas” é comum quando a fonte principal é a mulher como atleta. É corriqueiro depararmos com fotos de atletas em que o foco são suas roupas justas e curtas que salientam seus corpos magros e definidos. Foi criada essa categoria com o intuito de saber se as publicações analisadas possuem o perfil de destacar as características físicas das atletas e quando ocorre a justificação dessa menção.

Tabela 7 - Referências a características físicas

Características Físicas				
Tema	AzMina		GloboEsporte.com	
	Aplica-se/ Quantas vezes?	Não se aplica	Aplica-se/ Quantas vezes?	Não se aplica
Futebol feminino		x		X
Ginástica	1			X
Gorda	2		1	
Ingrid Oliveira	1			X
Menstruação		x	1	
Rafaela Silva	1		1	
Uniforme mulheres	3		2	
Yelena Isinbayeva	1			X
Total	9		4	

Durante a leitura das 16 publicações selecionadas, foram encontradas 13 referências diretas aos aspectos físicos das personagens das matérias. Foram compreendidas como referências a características físicas todas as menções a peso, preocupações com o corpo, maquiagem, altura, ou a menção a beleza. Nas publicações da Revista AzMina foi identificado um maior número de menções a características físicas das atletas, totalizando nove citações. A maioria dessas referências, no entanto, foi identificada com o objetivo de questionar certos padrões ou refletir sobre algum assunto em torno desse padrão. Na temática “Gorda”, por exemplo, o texto utiliza como exemplo a atleta Bá: com seus 98kg e 1.70m de altura, fez boas defesas e segurou Angola na frente do time brasileiro de handebol. A jornalista responsável pela matéria, Nana Queiroz, também exemplifica os muitos depoimentos que recebem de mulheres consideradas gordas que são estigmatizadas e hostilizadas ao chegar ao local do treino. Ela afirma que a atitude dessas pessoas é ignorante e elas estão praticando bullying. Para ilustrar, foram destacadas duas citações:

Ba, com seus 98 kg distribuídos em apenas 1,70m de altura, fez defesas admiráveis nas duas vitórias até aqui e segurou Angola na frente do forte time brasileiro de handebol por boa parte do jogo de hoje. [...] É aí que nos deparamos com um problema da dita “sabedoria popular”: o conceito de saúde que temos na nossa cabeça é impregnado de preconceitos e um tanto de aversão a gordos (o que chamamos gordofobia). Médicos estão cansados de falar que gordura abdominal não necessariamente é sinônimo de problemas físicos e muitos menos de preguiça.

(Equipe da Revista AzMina, acesso em 05/05/2017)⁴⁶

Nessa mesma temática, enquanto a publicação da Revista AzMina aborda a questão de uma atleta ser gorda não querer dizer que não seja saudável e de que a gordofobia e o bullying são dois dos problemas sofridos pelas pessoas com excesso de peso, a matéria do GloboEsporte.com tem como foco o casamento da Bá, e do desejo dela em perder alguns quilos para poder caber no vestido. Uma matéria ressalta o quão bom e saudável pode ser um atleta e a outra enfatiza o casamento da atleta.

Outra publicação dentro da temática “Rafaela Silva” cita que a judoca é negra e, por isso, mesmo com a sua vitória, não se pode esquecer do racismo que ela sofreu em 2012 e mais ainda do que ela sofre todos os dias.

Já na temática “Uniforme mulheres” o texto destaca uma fala da lutadora de boxe, Katie Taylor, em que ela afirma não usar saias para sair à noite e, por isso, também não vai vestir no ringue. Ainda cita uma fala do pesquisador Jorge Knijnik, da Western Sydney University, dizendo que a visão estereotipada prejudica o desempenho das atletas, pois elas não podem ser muito fortes, têm que ter cabelos compridos, e usar batom e saia fora das quadras. O texto também afirma que nos Jogos da Rio 2016, somente três modalidades femininas tiveram mais de 50% dos ingressos vendidos até ao momento que o texto foi escrito: ginástica, vôlei de praia e hóquei sobre a grama. Em comum, de acordo com o texto, as três modalidades terão atletas com uniformes curtos e uma maioria de homens na plateia.

Na temática “Yelena Isinbayeva” o texto cita que a atleta, apesar de ter sido a primeira mulher a saltar acima dos 5 metros, é mais conhecida pelos olhos verdes. É chamada por muitos de “musa do atletismo” e coleciona reportagens em que suas façanhas parecem ser secundárias. No final do texto, aparece uma alusão aos seus olhos, novamente, e diz-se que ela deve continuar mostrando ao mundo que seus saltos são muito mais incríveis que seus olhos verdes.

Ainda que tenha sido identificado um número menor de citações quanto às características físicas das atletas por parte do veículo de comunicação GloboEsporte.com, no total quatro citações, duas dessas publicações foram percebidas como sendo por um viés negativo ou desnecessário. Na temática “Gorda”, por exemplo, o texto cita a altura e o peso da goleira e como ela caiu nas graças da torcida. Mas, ao mesmo tempo em que afirma que ela tem orgulho de ser “gordinha”, também diz que ela quer perder peso para caber no vestido de casamento. “Eu acho que, por eu ser assim um pouco mais gordinha e diferente das outras, tenho que trabalhar muito e ter muita força de vontade. Mas tenho muito orgulho. Penso em emagrecer um bocadinho só, por causa do casamento. Por causa do vestido, né”, disse a jogadora.

⁴⁶Disponível em <https://olimpiadas.uol.com.br/colunas/azmina/2016/08/12/atletas-gordos-da-rio-2016-nos-fazem-quebrar-preconceitos-de-saude-e-beleza.htm>. Acesso em 04/06/2017.

Na temática “Uniforme mulheres” o objetivo da matéria é citar os cristais que vão conter os collants das ginastas americanas. Além disso, também se afirma que o traje das atuais campeãs olímpicas gera expectativa. Aborda-se o valor dos collants - avaliados em quase 4 mil reais cada um - e que são da marca Swarovski, conhecida no mundo da moda como produzindo os mais delicados e brilhantes.

Como se não bastasse o protagonismo, o quinteto não depende de medalhas conquistadas para carregar um brilho extra na Arena Olímpica da Barra. No Brasil, um dos collants utilizados pela estrela Simone Biles e suas companheiras conta com cerca de 5 mil cristais reluzentes. (Equipe do GloboEsporte.com, acesso em 05/05/2017)⁴⁷

Nessas duas publicações as diferenças são evidentes, enquanto o texto do GloboEsporte.com tem como objetivo abordar os cristais reluzentes dos collants das ginastas americanas, a Revista AzMina problematiza os uniformes curtos e o quanto isso é prejudicial para a atleta. A publicação do GloboEsporte.com, segundo a pesquisadora, foi identificada como um texto para evidenciar a marca que patrocina o collant e o texto da AzMina para levantar questões a respeito do motivo de as atletas terem que usar uniformes mais curtos do que os homens.

4.1.5 Referências à idade e sua conotação

Citar a idade é comum em matérias e não há nenhum problema nisso. Quando se refere a mulheres, no entanto, é importante ressaltar que a idade está envolta em mistificação. É exigido das mulheres (mais do que dos homens) que permaneçam jovens. Quando jovens, ao contrário, acontece serem pressionadas a terem uma postura mais séria para que pareçam mais maduras. Das 16 publicações que compõem o *corpus* desta pesquisa, a idade apareceu somente em seis publicações e em quatro delas foi identificada como um viés positivo (uma na Revista AzMina e três nas publicações do GloboEsporte.com); e duas citações realizadas pelo GloboEsporte.com como sendo neutras.

⁴⁷Disponível em <http://globoesporte.globo.com/olimpiadas/ginastica-artistica/noticia/2016/08/com-5-mil-cristais-americanas-usarao-collant-de-quase-r4-mil-na-olimpiada.html>

Tabela 8 - Valoração da idade

Valoração da idade da atleta								
Tema	AzMina				GloboEsporte.com			
	Positivo	Negativo	Neu- tro	Não se aplica	Positivo	Negati- vo	Neutro	Não se aplica
Futebol feminino				x	x			
Ginástica	x							X
Gorda				x			x	
Ingrid Oliveira				x				X
Menstruação				x			x	
Rafaela Silva				x	x			
Uniforme mulheres				x	x			
Yelena Isinbayeva				x				X

O texto publicado pelo GloboEsporte.com, na temática “Futebol feminino”, cita uma atleta conhecida como “Formiga” que aos 38 anos segue com fôlego de 20 anos. A idade de Marta - fonte principal da matéria - não é citada diretamente, mas quando questionada se as Olimpíadas de 2016 foram as últimas da atleta em campo ela responde “Prefiro não pensar que seja a última. Mas é óbvio que o corpo tem que corresponder em alto nível. Enquanto eu sentir que o corpo responde em alto nível, eu seguirei jogando”, diz Marta. Dentro da temática “Rafaela Silva”, o texto do GloboEsporte.com cita a idade da atleta neste trecho “A menina carioca de 24 anos é a mais nova campeã olímpica do esporte mundial”. Na temática “Uniforme Mulheres”, o texto do GloboEsporte.com cita que Simone Biles, aos 19 anos, é apontada por muitos como uma das melhores de todos os tempos, com nada menos que dez ouros em Mundiais - e isso apenas nos últimos três anos.

Por parte da publicação da Revista AzMina, a citação relacionada com a idade, e que possui um viés positivo, foi identificada dentro da temática “Ginástica”, em que é citada a idade da nadadora chinesa Ye Shiwen que, aos 16 anos, nos Jogos Olímpicos de Londres, superou o campeão masculino na mesma prova e fez um tempo menor que ele nos últimos 50 m. Sendo assim, o viés levantado no texto é positivo porque enaltece que uma garota com apenas essa idade conseguiu bater o recorde.

Nos casos neutros apenas foram citadas as idades.

4.1.6 Referência heteronormativa

Durante a leitura das publicações que compõem o *corpus* desta pesquisa, foram percebidos alguns destaques dados aos relacionamentos das atletas. Das 16 publicações analisadas, em três constam informações sobre os relacionamentos das atletas, sendo os três de caráter heteronormativo⁴⁸.

Tabela 9 - Referência heteronormativa

Referência heteronormativa				
Tema	AzMina		GloboEsporte.com	
	Aplica-se	Não se aplica	Aplica-se	Não se aplica
Futebol feminino		x		X
Ginástica		x		X
Gorda		x	x	
Ingrid Oliveira	x		x	
Menstruação		x		X
Rafaela Silva		x		X
Uniforme mulheres		X		X
Yelena Isinbayeva		X		X

O que se pretende discutir sobre essas ocorrências é a real necessidade do destaque dado aos relacionamentos das atletas, tendo em vista que, na maioria dos casos, a citação está inserida em um contexto que o tornaria irrelevante. As atletas das notícias são escolhidas pela sua importância e destaque em relação a alguma atuação. Sendo assim, qual a real necessidade de evidenciar os seus relacionamentos, já que, na maioria dos casos, as publicações devem tratar da sua trajetória como atleta?

Na temática “Gorda” a matéria do GloboEsporte.com tem como objetivo relatar o casamento de Bá com um militar, mesmo após a vitória de Angola sobre a Romênia por 23 a 19, e da goleira ter defendido diversos gols e ter ganhado a simpatia da torcida. Dentro do tema “Ingrid Oliveira”, a Revista AzMina cita o caso ocorrido entre Ingrid e Giovanna e que Ingrid teria pedido para a sua parceira de quarto e de equipe deixá-la a sós com outro atleta. Mas,

⁴⁸Heteronormatividade, de acordo com Seffner (2013), é um termo utilizado para descrever situações nas quais orientações diferentes da heterossexual são marginalizadas.

em seguida, a jornalista critica o fato de, só por conta disso, o mundo a ter acusado decolocar os institutos à frente do esporte. Critica ainda os meios de comunicação que fizeram matérias sobre o fato de Ingrid Oliveira ter levado um atleta a seu quarto. Além disso, afirma que o corpo é de Ingrid e, portanto, as regras relativas ao seu corpo também são dela - e finaliza o texto afirmando que os jornalistas têm muito que aprender com coberturas esportivas. Enquanto isso, dentro deste mesmo tema, o GloboEsporte.com não cita de forma direta a orientação sexual de Ingrid Oliveira, mas aborda que ela "ficou" com outro atleta da delegação brasileira e o levou até ao quarto que dividia com Giovanna. E as consequências foram que Giovanna abrigou-se em outro cômodo do apartamento e, no dia seguinte, relatou aos superiores que a parceira dormiu acompanhada e que o clima não estava bom para Ingrid.

O GloboEsporte.com aborda durante todo o texto o acontecimento entre Ingrid e Giovanna e as consequências em torno disso. O jornalista inicia o texto citando que Ingrid teria incorrido num incidente disciplinar grave (provavelmente porque há alguma restrição em levar companheiros do sexo oposto para dormir nos quartos), mas em nenhum outro momento aborda isso. Devido a essa falta de explicação, o que se entende é que a problemática foi Ingrid ter dormido com um atleta um dia antes da competição.

4.1.7 Presença de adjetivos

Este código foi concebido para contabilizar quantos adjetivos - relacionados com as atletas - a Revista AzMina e o GloboEsporte.com utilizaram em suas publicações. Além de verificar se a hipótese 1 citada no capítulo anterior - de que a mídia convencional utiliza diferentes estratégias para manter a aparente objetividade do discurso jornalístico - é verdadeira. Inclui-se aqui qualquer forma de adjetivos, sendo eles positivos ou negativos.

Tabela 10 - Presença de adjetivos

Presença de adjetivos				
Tema	AzMina		GloboEsporte.com	
	Aplica-se/ Quantas vezes?	Não se aplica	Aplica-se/ Quantas vezes?	Não se aplica
Futebol feminino	4		2	
Ginástica		x	7	
Gorda	4		6	
Ingrid Oliveira		x		X
Menstruação	6		10	
Rafaela Silva	8		5	

Uniforme mulheres	11		15	
Yelena Isinbayeva	7		14	
Total	40		59	

Das oito publicações analisadas em cada meio de comunicação, 40 adjetivos foram utilizados pela Revista AzMina e 59 pelo GloboEsporte.com. Em apenas três matérias (duas da Revista AzMina e uma do GloboEsporte.com) não foram encontrados adjetivos.

Um fator importante a destacar é que na categoria “Rafaela Silva” ambos os meios de comunicação abordam a vitória de Rafaela Silva, o carinho que o público tem pela judoca, e o fato de ela ter sido criada na favela - e por consequência, tudo se tornou mais difícil na vida da atleta. A diferença percebida, entre as duas publicações, é que a publicação da Revista AzMina é escrita por uma pessoa que nasceu e vive na favela, enquanto a do Globo Esporte é escrita por jornalistas que não nasceram em favelas. Outra diferença é que a publicação da Revista AzMina levanta a questão da meritocracia e das dificuldades de quem nasce à margem da sociedade. Enquanto a matéria do GloboEsporte.com ressalta a vitória de Rafaela, a da Revista AzMina busca refletir sobre a sua vitória e o fato de nem todos terem a mesma sorte que a judoca.

4.1.8 Referências à atividade doméstica e maternidade

Durante muito tempo as matérias utilitárias relativas a afazeres domésticos compunham a principal temática abordada sobre as mulheres. Diante disso, julgou-se pertinente verificar se, nas publicações analisadas como *corpus* desta pesquisa, essas referências estavam presentes. Das 16 matérias selecionadas, foram encontradas apenas duas ocorrências e ambas na Revista AzMina. Na temática “Menstruação” o texto aborda a triatleta Bia Neri, que foi convocada para as Olimpíadas e não pôde competir porque o seu parto coincidiu com o período dos jogos. Mas a atleta continuou correndo e nadou até um dia antes do parto.

A triatleta Bia Neri, paciente de Maita, por exemplo, estava convocada para essas Olimpíadas e não pôde competir porque seu parto coincidiu com o período dos jogos. Mas Maita conta que ela adaptou a bicicleta, continuou correndo e nadou até um dia antes do parto - que foi ontem. “Antigamente achava-se que o esporte lavava ao aborto, mas isso caiu por terra. Mãe e bebê estão muito bem e eu mesma que fiz o parto”, conta Maita. (Equipe da Revista AzMina, acesso em 05/05/2017)⁴⁹

⁴⁹ Disponível em <https://olimpiadas.uol.com.br/colunas/azmina/2016/08/18/como-a-medicina-transformou-menstruacao-e-gravidez-em-vantagem-para-atletas.htm>. Acesso em 12/03/2017.

Como o foco da matéria eram as vantagens que a menstruação e a gravidez trazem para as atletas, não foi identificado um viés negativo nesta abordagem. A outra citação relativa à maternidade foi na temática “Yelena Isinbayeva”, em que se aborda que Isinbayeva é mãe de Eva, nascida em 2014, e que em 2015 a atleta retornou aos treinos para conquistar mais um feito: um ouro olímpico posterior à gravidez.

A pouca ocorrência de referências a assuntos pertencentes à esfera doméstica ratifica que essa não é uma questão de relevância para a mulher contemporânea na concepção da Revista AzMina e do GloboEsporte.com.

4.1.9 Trechos de alusões à atleta para aproximar o leitor da personagem

Características dos veículos de comunicação, a tentativa de criar empatia com o público é uma constante na produção de notícias. Para isso, são utilizados alguns artifícios, como a linguagem mais casual a fala direta com o leitor, a exposição da opinião do público “uma notícia trata o leitor de você, fala com ele diretamente e, às vezes, com intimidade” (Scalzo, 2004, p. 37) e a fala direta com o leitor. Nas publicações analisadas, tanto a Revista AzMina quanto o GloboEsporte.com utilizam essa estratégia de aproximação da atleta com o público. Foi identificado, no entanto, que a Revista AzMina utiliza mais essa estratégia de aproximação.

Na categoria “Futebol”, o GloboEsporte.com, por exemplo, utiliza a frase “o futebol reverencia Marta. Por onde passa, é cercada por jornalistas e também por meninas, como no Canadá, que sonham em ser como ela”, cita o jornalista responsável pela matéria, fica evidente a utilização desse recurso ao dizer que muitas meninas no Canadá sonham em ser como Marta. Na temática “Rafaela Silva” a Revista AzMina diz: “Nascida e criada na Cidade de Deus, começou a lutar ainda criança, foi desclassificada nas Olimpíadas de Londres e ganha o ouro olímpico lutando em casa - competindo nas semifinais com a mesma adversária de 2012. É ou não é roteiro de O Grande Dragão Branco?, questiona Nana Queiroz” Ao usar o recurso de pergunta ao leitor “é ou não é o roteiro de O Grande Dragão Branco?” a publicação tenta aproximar-se do (a) leitor (a), como se estivesse em uma conversa casual. Na temática “Ingrid Oliveira” a Revista AzMina diz “nem a nossa imprensa marcadamente masculina, nem eu, nem você temos qualquer coisa a ver com quem Ingrid transa ou deixa de transar”, afirma a jornalista Letícia Bahia; também aqui se percebe uma tentativa direta de aproximação da revista ao leitor, ao utilizar a palavra “você”. O mesmo recurso é utilizado pelo veículo de comunicação feminista, na temática “Yelena Isinbayeva”: “Mãe de Eva, nascida em 2014, Yelena retomou os treinos em 2015 determinada a conquistar mais um feito: um ouro olímpico posterior à gravidez”. “Yelena, que você continue mostrando ao mundo que seus saltos são muito mais incríveis que seus olhos verdes”, diz Letícia Bahia.

4.1.10 Referências às conquistas das atletas

Esse código tem como objetivo localizar referências às conquistas das atletas, sendo entendido, assim, como menções às suas conquistas no esporte.

Tabela 11 - Referências às conquistas das atletas

Referências às conquistas das atletas				
Tema	AzMina		GloboEsporte.com	
	Aplica-se/Quantas vezes?	Não se aplica	Aplica-se/Quantas vezes?	Não se aplica
Futebol feminino	5		1	
Ginástica	1		2	
Gorda		x	3	
Ingrid Oliveira	1			X
Menstruação		x		X
Rafaela Silva	1		1	
Uniforme mulheres	1		1	
Yelena Isinbayeva	3		1	
Total	12		9	

Foram encontradas 21 citações referentes às conquistas das atletas, sendo 12 escritas pela Revista AzMina e nove pelo GloboEsporte.com. Em quatro publicações não foram encontradas citações referentes a este tópico. Estas são algumas das citações na temática “Futebol feminino”, feitas pela Revista AzMina: “Mulherada ganhou de lavada da China, uma potência Olímpica. Os homens, sofreram contra África do Sul, um time que nem sequer arrepia. Sairam de campo vaiados”; “Cristiane se tornou a maior artilheira na história das Olimpíadas. Sim, NENHUM HOMEM OU MULHER balançou mais redes na história dos Jogos mais do que ela”. Ainda na mesma temática o GloboEsporte.com referiu: “Marta foi eleita cinco vezes a melhor do mundo”. Já na categoria “Ginástica”, a Revista AzMina cita a vitória da nadadora chinesa Ye Shiwen, nas Olimpíadas de Londres, onde a atleta superou o campeão masculino na mesma prova e fez um tempo menor que ele nos últimos 50m. O GloboEsporte.com faz referência às atletas mulheres que são atuais campeãs olímpicas por equipes e soberanas em provas do individual geral, e também a Simone Biles, que é multicampeã mundial.

A questão problema da nossa pesquisa interroga quais as principais diferenças de abordagem entre os meios de comunicação convencional e o engajado com o feminismo quando o foco é a mulher como atleta. Sobre esse aspecto, ao analisarmos as notícias, é possível verificar que a Revista AzMina cumpre com a proposta de fazer um jornalismo diferenciado em relação às outras publicações que atuam no nicho de mercado de revistas femininas e que é uma revista de entretenimento com jornalismo aprofundado. Já o portal GloboEsporte.com não cumpre com uma das pautas de seus princípios editoriais⁵⁰ a respeito da isenção jornalística. Editorialmente afirma que “Na apuração, edição e publicação de uma reportagem, seja ela factual ou analítica, os diversos ângulos que cercam os acontecimentos que ela busca retratar ou analisar devem ser abordados. O contraditório deve ser sempre acolhido, o que implica dizer que todos os diretamente envolvidos no assunto têm direito à sua versão sobre os fatos, à expressão de seus pontos de vista ou a dar as explicações que considerarem convenientes”. É certo que algumas abordagens podem confirmar essa pretensão, percebemos, entretanto, ao longo desta pesquisa, que na matéria com o tema “Ingrid Oliveira” foi mostrada apenas uma entrevista (composta com quatro perguntas e respostas) realizada com Giovanna - parceira de Ingrid - e apenas uma fala de Ingrid quando questionada sobre se considerava que Giovanna estava chateada com ela por causa do episódio na Vila: “Acho que não, porque já estávamos brigadas antes disso”, disse Ingrid Oliveira. Não se sabe se a atleta Ingrid Oliveira não quis responder a mais perguntas, mas se isso de fato ocorreu, teria sido interessante que o jornalista responsável pela matéria o citasse. A matéria, pela forma como está escrita e pelo pouco espaço dedicado a Ingrid Oliveira, vai contra o referido princípio editorial do portal.

Outra diferença é que as matérias da Revista AzMina são mais aprofundadas e opinativas quando comparadas com as do GloboEsporte.com - que são mais factuais e diretas. As publicações da Revista mostram ao leitor as várias consequências que um fato pode gerar, estudam suas origens e analisam suas implicações, criticam, avaliam e opinam a respeito do assunto. Também foi verificada que uma das matérias da Revista AzMina - dentro da temática “Rafaela Silva” - foi escrita por alguém que tinha semelhança com a realidade da atleta Rafaela Silva, que cresceu em uma das favelas do Rio de Janeiro, o que não foi constatada em nenhuma das matérias do GloboEsporte.com.

Outra diferença é que nas matérias da Revista AzMina é possível verificar um esforço em convencer o leitor do foco abordado pela publicação ou em reafirmar a posição do leitor - o que não foi possível constatar nas publicações do site GloboEsporte.com. Para finalizar, as publicações da Revista AzMina não contêm conteúdos machistas, o que não foi o caso da equipe do GloboEsporte.com na temática “Ingrid Oliveira” e “Gorda”.

⁵⁰Princípios editoriais do Grupo Globo: http://globoesporte.globo.com/principios_editoriais_globo.html#principios-editoriais Acesso em 03/06/2017

Acabamos por concluir que todas as hipóteses levantadas no início dessa pesquisa se confirmaram. O discurso proferido pela mídia convencional contém ideologias machistas e a ideologia representada pela mídia feminista, no caso a Revista AzMina, busca a equidade de gênero.

Conclusão

Ao iniciar o estudo que aqui é concluído de forma provisória - visto que ainda há uma infinidade de aspectos a serem analisados -, já se imaginava que a sociedade exerce poder ao normatizar e impor regras sobre os usos do corpo desde há muitos séculos, mas se acreditava que havia uma instituição que fosse a responsável por isso. Chega-se ao fim desta fase de pesquisa com a conclusão de que são várias as instâncias, como o hospital, o Estado, a medicina, a escola, a prisão, a mídia, que normatizam o que é certo e errado em torno do corpo. O corpo feminino, contudo, sofreu mais repressão ao longo da história, e foi mais controlado por estas instâncias, tendo como causa principal a dominação masculina. Esse controle se dá, tanto pela associação da mulher ao papel de mãe, dos afazeres domésticos e procriação, quanto pelo estereótipo utilizado em campanhas publicitárias e no esporte. Por ser um acontecimento recente, as Olimpíadas de 2016 serviram como objeto de estudo para verificar a diferença entre as publicações de um meio convencional, GloboEsporte.com, e um blog feminista, Revista AzMina. Dessa forma, o blog selecionado para análise - Revista AzMina - é uma amostra de como o blog permite o conhecimento, a reflexão e o debate sobre questões feministas, dentro da blogosfera brasileira.

As informações obtidas através dos meios de comunicação elencados e analisados neste trabalho trazem uma amostra sobre como a atleta mulher é atualmente abordada por profissionais de comunicação. No que diz respeito ao discurso midiático - antes de iniciar a pesquisa, acreditava-se que o GloboEsporte.com teria abordagens machistas na totalidade das matérias analisadas - acontece, no entanto, que foi constatado machismo apenas nas publicações com o tema “Ingrid Oliveira”, já que o objetivo da matéria foi relatar o caso da atleta Ingrid Oliveira ter tido relações sexuais com outro atleta, e com o tema “Gorda”, em que aborda que se aborda que a atleta Bá gostaria de emagrecer para poder caber no vestido do casamento.

A Análise de Conteúdo foi escolhida como base para a metodologia de execução deste trabalho por possibilitar a pesquisa nos formatos qualitativo e quantitativo, já que a amostra era baseada em conteúdos subjetivos. A perspectiva por nós adotada distancia-se do determinismo biológico, que acredita na existência de diferenças inatas entre mulheres e homens, com base em sua anatomia.

Dentro desse contexto, é fundamental a compreensão de que a oposição entre o feminino e o masculino é uma construção social. A dicotomia “feminino *versus* masculino” é compreendida como uma construção cultural, em constante movimento e racional (Louro, 2010). As

atribuições de deveres e direitos entre os sexos modificam-se ao longo dos séculos, mas a relação de privilégio e poder se mantém por meio de diversos mecanismos. Na atualidade é possível observar esses mecanismos manifestando-se através do culto ao corpo magro, da obsessão pela juventude, do padrão inatingível de beleza, etc.

A Revista AzMina propõe-se a fazer um jornalismo diferenciado em relação às outras publicações que atuam no mercado. Editorialmente, afirma que o blog aceita as mulheres como elas são e que, com as suas publicações, não vai tentar mudar isso. Foi constatado que, de fato, as abordagens aqui analisadas confirmam essa pretensão de ser uma publicação que aceita e aborda as mulheres do jeito que são.

Para compreender as abordagens das atletas representadas na Revista AzMina e no GloboEsporte.com foi feito, inicialmente, um resgate histórico das mulheres no esporte na Europa, nos Estados Unidos e no Brasil. A fim de contemplar essa revisão, foram utilizados como biografia Knijniki (2001), Meyer (2003) e Silva (2010) e Knijnik & Souza (2003). Também foram trazidas as definições de gênero e de seu reflexo na sociedade, além da relação com a importância que o corpo detém e o poder que exerce, com base em Foucault (2011) e Rodrigues (2003). Posteriormente, foram abordadas as responsabilidades do jornalismo e sua relação com a cultura e gênero. Em seguida, foi apresentada a cultura de convergência, em que há um processo de produção de informação e de opiniões independente do jornalismo de referência, além de um processo de circulação para além das mídias convencionais.

Tendo em vista um dos objetos empíricos desta pesquisa, a Revista AzMina, foram elencadas algumas características essenciais do blog, apontando as principais diferenças em relação aos veículos de comunicação convencional e suas peculiaridades.

Considerando a trajetória bibliográfica trilhada, foi realizada a Análise de Conteúdo conforme as recomendações de Bardin (1977) e Freitas, Cunha, & Moscarola, (1997). Para isso, foram selecionadas 16 edições, sendo oito da Revista AzMina e oito do GloboEsporte.com, correspondentes ao período de 1 de junho e 21 de agosto de 2016.

De acordo com os códigos e categorias previamente estabelecidos, foram feitas algumas inferências sobre a cobertura das atletas por meio do meio de comunicação convencional por comparação com o blog feminista. A questão problema do trabalho interroga quais as principais diferenças de abordagem entre os meios de comunicação convencional e o engajado com o feminismo quando o foco é a mulher como atleta.

No primeiro módulo proposto para a Análise de Conteúdo, por exemplo, a diferença percebida é que a idade das atletas foi citada mais vezes pelas publicações do GloboEsporte.com. No segundo módulo para a análise, foram abordadas questões textuais das publicações e, por meio de códigos e categorias estabelecidas anteriormente, foram buscados dados que

contribuíssem para a consecução do objetivo. No segundo código - em relação ao foco abordado no título das matérias - seis títulos da Revista AzMina foram identificados como sendo positivos e dois neutros; enquanto pelo GloboEsporte.com foi percebido um maior número de títulos negativos, totalizando três títulos; dois títulos neutros e um não se aplica. No terceiro código do segundo módulo foi percebido, também, que referências aos aspectos físicos e estéticos das atletas têm muito espaço. Foi identificado um maior número de citações por parte da Revista AzMina, totalizando nove vezes, mas percebeu-se também que essas referências surgem para questionar uma problematização ou realizar uma crítica. No GloboEsporte.com foi encontrado um menor número de referências a características físicas: duas menções. No entanto, foram identificadas como desnecessárias, no caso, por exemplo, da temática “Gorda”, em que aborda que a atleta Bá gostaria de perder peso para caber no vestido do casamento; e “Uniforme mulheres”, que cita os cristais dos collants das ginastas americanas avaliados em quase 4 mil reais cada um.

No quarto código do segundo módulo foram identificadas referências à idade e sua conotação. Foi constatado que equilibram-se as referências positivas e as publicações que não fizeram menção. No código seguinte foram destacadas as referências heteronormativas. Foram encontradas, no entanto, apenas três matérias que se encaixassem neste código, sendo duas da Revista AzMina e uma do GloboEsporte.com. O código seis, serviu para mapear adjetivos utilizados pelos meios de comunicação. Antes da análise, pensava-se que o GloboEsporte.com - por ser um meio de comunicação convencional - utilizaria poucos adjetivos em suas publicações, ou menos que o meio de comunicação engajado com o feminino. Chega-se ao fim dessa pesquisa constatando que o GloboEsporte.com utilizou 59 adjetivos, enquanto a Revista AzMina 40.

O código seguinte tinha como objetivo perceber referências domésticas e à maternidade. Somente dois casos foram encontrados (ambos citados pela Revista AzMina) e, mesmo assim, estavam inseridos dentro de contextos que eram relevantes. O código oito tinha como intuito apreender tentativas de efetuar uma empatia na relação atleta-público. Nas publicações analisadas, tanto a Revista AzMina quanto o GloboEsporte.com utilizam dessa estratégia de aproximação da atleta com o público. Foi identificado, no entanto, que a Revista AzMina utiliza mais essa estratégia de aproximação. Por fim, no último código buscaram-se referências às conquistas das atletas. Foram identificadas 21 menções em 16 publicações analisadas; sendo 12 pela Revista AzMina e nove pelo GloboEsporte.com.

Outra questão importante a ser referida, mas que não estava nos códigos, é que se percebeu que a Revista AzMina não tratou apenas de relatar os fatos - como foram identificados nas publicações do GloboEsporte.com. Os textos do blog feminista mostram as consequências que um fato pode gerar, estuda suas origens e analisa suas implicações. Medina (1988) vê no gênero interpretativo exatamente essa investigação sobre os antecedentes do fato, suas significações indiretas e seu contexto.

Sendo assim, foram mapeadas as diferenças abordadas por um meio de comunicação convencional comparativamente a um engajado com o feminismo. Globalmente, e tendo em consideração a nossa questão inicial, bem como as hipóteses de que partimos, é possível concluir que há uma similitude, no caso a pouca referência a assuntos pertencentes à esfera doméstica ratifica que essa não é uma questão de relevância para a atleta na concepção da Revista AzMina e do GloboEsporte.com; e algumas diferenças nas publicações do site GloboEsporte.com e Revista AzMina. Note-se, contudo, que uma vez que foram selecionadas seções específicas da publicação, outros enfoques poderão trazer variações ou novos questionamentos para análises em futuras pesquisas.

Bibliografia

- Alsina, R. (2009). A construção da notícia. Ed. Vozes, Petrópolis, Rio de Janeiro.
- Barbero, J. (1997). Dos meios às mediações: Comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro, Ed. UFRJ.
- Bardin, L. (1977). Análise de Conteúdo. Edições 70, Lisboa, Portugal.
- Castells, M. (1999). A sociedade em rede. São Paulo: Paz a Terra.
- Charaudeau, P. (2006). Discurso das mídias. São Paulo, Contexto.
- Duncan, M.; Messner, M.; Williams, L. & Jensen, K. (1994). Media, sport and gender. USA: Human Kinetics.
- Dalmaso, Silvana. (2010). Posts Intertextuais: um estudo de links nos blogs. Disponível em <https://es.scribd.com/doc/207796043/DISSERTACAO-MESTRADO-SILVANA-DALMASO-POSCOM> Acesso em 11/02/2017.
- Escosteguy, Ana. (2014) Comunicação e gênero a aventura da pesquisa. Porto Alegre: ediPUCRS, 2008. Online. Disponível em: <http://www.pucrs.edu.br/edipucrs/comunicacaoegenero.pdf>. Acesso em 31/05/ 2017.
- Fink, J. (1998). Female Athletes and the Media: Strides and Stalemates. Journal of Physical Education, Recreation and Dance. V. 69, N. 6.
- Foucault, M. (1976). Microfísica do Poder. Graal, Rio de Janeiro.
- Foucault, M. (2010). Vigiar e Punir: nascimento da prisão. Ed. RJ:Vozes, Petrópolis, Rio de Janeiro.
- Foucault, M. (2011). Sexualidade, corpo e direito. Ed. Cultura Acadêmica, São Paulo.
- Jenkins, H. (2009). Cultura da convergência. Ed. Aleph, São Paulo.
- Knijniki, J. (2001). Ser é percebido: uma radiografia da imagem corporal das atletas de handebol de alto nível no Brasil. São Paulo.
- Knijniki, J. & Juliana, S. (2003). Diferentes e desiguais: relações de gênero na mídia esportiva brasileira. In Net, São Paulo. Disponível em <http://nepaids.vitis.uspnet.usp.br/wp-content/uploads/2010/04/MIDIAGENEROESPORTE.pdf>. Acesso em 14/03/2017.
- Knijniki, J. & Juliana, S. (2007). A mulher invisível: gênero e esporte em um dos maiores jornais diários do Brasil. In Net, São Paulo. Disponível em http://www.ip.usp.br/portal/images/stories/Nepaids/mulher_invisivel.pdf. Acesso em 20/09/2016
- Koivula, N. (1999). Gender Stereotyping in Televised Media Sport Coverage. Sex Roles. V. 41. N. 7/8.
- Lemos, A. (2003). Cibercultura: alguns pontos para compreender a época. Porto Alegre, Sulina.
- Lima, F. (2011). O papel da retórica na construção da identidade do jornalista. Disponível em

<https://www.metodista.br/revistas/revistasims/index.php/CSO/article/view/2054/2762>
acessado 03/01/2017. Acesso em 04/01/2017.

Louro, G. (1997). Gênero, sexualidade e educação. Uma perspectiva pós-estruturalista. Petrópolis, RJ, Ed. Vozes.

Meditsch, E. (1992). O jornalismo é uma forma de conhecimento? Disponível em <http://www.bocc.uff.br/pag/meditsch-eduardo-jornalismo-conhecimento.pdf>. Acesso em 20/02/2017.

Medina, C. (1988). Notícia um produto à venda. São Paulo, Summus.

Melo, M. (2003). História social da imprensa. Edipucrs, Porto Alegre.

Messner, M., 1995. Masculinities and athletic careers. In: Race, Class and Gender. An Anthology (M. L. Andersen & P. H. Collins, ed.), pp. 165-179, 2nd Ed., New York: Wadsworth.

Meyer, E. (2003). Corpo, gênero e sexualidade: um debate contemporâneo na educação. Rio de Janeiro, Petrópolis.

Orihuela, J. (2006). La revolución de los blogs. La esfera de los libros, Madrid.

Palacios, M. (2006). Alargamiento del campo periodístico na era del blogging. Trabalho apresentado em colóquio na Universidade Nacional de Córdoba, Córdoba.

Rodrigues, S. (2003). A relação entre o corpo e o poder em Michel Foucault. In Net, Belo Horizonte. Disponível em <http://periodicos.pucminas.br/index.php/psicologiaemrevista/article/viewFile/168/181>. Acesso em 16/11/2016.

Rodrigues, Adriano (1998). O acontecimento. In: Traquina, Nelson. Jornalismo: questões, teorias e estórias. Lisboa.

Santaella, L. (2000). Cultura das mídias. São Paulo, Ed. Experimento.

Seffner, F. (2013). Sigam-me os bons: apuros e aflições nos enfrentamentos ao regime da heteronormatividade no espaço escolar. Disponível em <http://www.scielo.br/pdf/ep/v39n1/v39n1a10>. Acesso em 04/06/2017.

Scalzo, Marília. (2004). Jornalismo de Revista. São Paulo, Ed. Contexto.

Scherer, Ilse. (2006) Das mobilizações às redes de movimentos sociais. Disponível em http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-69922006000100007. Acesso em 01/06/2017.

Schudson, M (1978). Discovering the news. A social history of American newspaper. New York: Basic Books Inc. Publishers.

Silva, M. (2010). Masculino, o gênero do jornalismo: um estudo sobre os modos de produção das notícias. Porto Alegre.

Silva, F. (2011). O jornalismo como forma cultural: uma breve análise histórica dos valores jornalísticos na Globo e na BBC. Disponível em <http://www.revistas.usp.br/matrizes/article/viewFile/38300/41131>. Acesso em 06/01/2017.

Struna, N. (1994). The recreational experiences of early american women. Champaign, Human Kinetics.

Welch, P. & Costa, M. (1994). A century of Olympic competition. In: M. Costa & S. Guthrie, *Woman and sport: interdisciplinary perspectives*, Champaign, Human Kinetics.

Vertinsky, P. (1990). *The Eternally Wounded Women: Women, Doctors and Exercise in the Late Nineteenth Century*. New York: Manchester University Press.