



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO  
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO  
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS  
JORNALISMO

**A OBJETIFICAÇÃO DA MULHER NO JORNALISMO  
ESPORTIVO**

**GABRIEL DE MORAES VIEIRA**

RIO DE JANEIRO

2016

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO  
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO  
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS  
JORNALISMO

**A OBJETIFICAÇÃO DA MULHER NO JORNALISMO  
ESPORTIVO**

Monografia submetida à Banca de Graduação como  
requisito para obtenção do diploma de  
Comunicação Social/ Jornalismo.

**GABRIEL DE MORAES VIEIRA**

**Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Liv Rebecca Sovik**

RIO DE JANEIRO

2016

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO  
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

**TERMO DE APROVAÇÃO**

A Comissão Examinadora, abaixo assinada, avalia a Monografia **A Objetificação da Mulher no Jornalismo Esportivo**, elaborada por Gabriel de Moraes Vieira.

Monografia examinada:

Rio de Janeiro, no dia ...../...../.....

Comissão Examinadora:

Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Liv Rebecca Sovik  
Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo - USP  
Departamento de Comunicação - UFRJ

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Gabriela Nóra Pacheco Latini  
Doutora em Comunicação e Cultura pela Escola de Comunicação - UFRJ  
Departamento de Comunicação - UFRJ

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Lígia Campos de Cerqueira Lana  
Doutora em Comunicação Social pela Universidade Federal de Minas Gerais - UFMG  
Departamento de Comunicação – UFRJ

RIO DE JANEIRO

2016

## FICHA CATALOGRÁFICA

VIEIRA, Gabriel de Moraes.

A Objetificação da Mulher no Jornalismo Esportivo. Rio de Janeiro, 2016.

Monografia (Graduação em Comunicação Social/ Jornalismo) –  
Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, Escola de Comunicação  
– ECO.

Orientadora: Liv Rebecca Sovik

## AGRADECIMENTOS

Agradeço aos meus pais, por me darem todo o apoio necessário nos momentos mais conturbados: na luta para entrar na UFRJ e na luta para sair. À Julia, que me enche de orgulho, com quem tive e tenho o prazer de crescer. Vó Eurydice, vó Aparecida e vô Lauder, os velhinhos mais legais do mundo, eterno refúgios de abraços e afetos. Ao Conca.

À Juliane, pelo amor incondicional. Por estar ao meu lado durante toda a caminhada, por entrar na minha vida de forma tão leve e tão definitiva, por me acrescentar tanto. Por, como diria nosso amigo Bob, oferecer um abrigo na tempestade. Só nós sabemos o que significa o fim desta etapa. Mal posso esperar pelo que está por vir.

À Liv, pelas sugestões, pela disponibilidade, pelas correções e, especialmente, pela paciência com este aluno errático. Foi uma honra ter uma professora deste porte como orientadora.

Muito obrigado, Marcia e Renato, por serem minha segunda família. Por abrirem as portas de casa, por me acolherem com tanto carinho. Jamais esquecerei. Agradeço também à grande compositora Celina Costa, às queridas Penha, Nina e Inez - além, é claro, do Juca.

Às jornalistas que cederam depoimentos fundamentais para este trabalho: Amanda Salles, Livia Muniz, Joana Bueno, Lu Castro, Cristina Charão, Gabriela Moreira, Dibradoras (Angélica, Júlia, Nayara, Renata e Nina) e a todas as mulheres que, apesar dos pesares, se negam a desistir do jornalismo esportivo.

Não poderia encerrar minha (longa) passagem pela ECO sem deixar meu imenso obrigado aos amigos com quem dividi os primeiros e incríveis anos no palácio: Nina, Amanda, Bruno, Michel, Medeiros e todos os outros tão amados. Isso aqui é para sempre.

A todos os que contribuíram com este trabalho direta ou indiretamente: Kalki Sobrino, Sidney, Marina Lima, Douglinhas, Rodrigo Onias, Silvia, Diego, PV, Piccoli, Marcelo, Dan, Juliene, Mayara, Ricardo e Verônica.

Agradeço, por fim, ao velho Robert Zimmerman, pelas palavras que ampliam o meu mundo.

*“We make her paint her face and dance  
If she won't be a slave, we say that she don't  
love us  
If she's real, we say she's trying to be a man  
While putting her down, we pretend that she's  
above us*

*Woman is the nigger of the world  
Think about it  
Do something about it”*

(John Lennon)

VIEIRA, Gabriel de Moraes. **A Objetificação da Mulher no Jornalismo Esportivo.**  
Orientadora: Liv Rebecca Sovik. Rio de Janeiro: UFRJ/ECO. Monografia em Jornalismo.

## RESUMO

Este trabalho consiste em um levantamento dos corriqueiros casos de objetificação da mulher nas páginas esportivas do Brasil e do mundo. A imprensa especializada, além de reservar um espaço limitado a cobertura das modalidades femininas, coroa sua abordagem machista com uma enxurrada de imagens que reduzem as mulheres a meros ornamentos sexuais em meio ao noticiário. Dentre os fatores aqui investigados como possíveis causas deste fenômeno, estão o crescimento da prática do *infotainment*, a busca desenfreada por maiores índices de audiência e a dominação masculina no próprio mundo dos esportes. Tradicionalmente marginalizada neste ambiente, a esportista de hoje se vê em um dilema: ser atleta ou ser “musa”? O papel fundamental da mídia neste cenário de exclusão, a incongruência das atitudes das redações com as novas demandas da sociedade e as possibilidades de reversão imediata deste quadro são alguns dos tópicos centrais discutidos nestas páginas.

**Palavras-chave:** Objetificação; Machismo; Jornalismo Esportivo.

## LISTA DE IMAGENS

Figura 1 – <i>Homepage I</i> .....	21
Figura 2 – <i>Homepage II</i> .....	21
Figura 3 – Comentários Globo.com .....	21
Figura 4 – Capa da revista Placar .....	31
Figura 5 – Charge “A cobertura midiática” .....	39
Figura 6 – Seleção de WAGs da Copa .....	45



## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	09
<b>2 SOBRE JORNALISMO ESPORTIVO</b> .....	13
2.1 JORNALISMO OU ENTRETENIMENTO ESPORTIVO?.....	13
2.2 MERCANTILIZAÇÃO DA NOTÍCIA .....	17
<b>3 A MULHER NOS ESPORTES</b> .....	22
3.1 O ESPORTE COMO “LUGAR DE HOMEM” .....	22
3.2 EROTIZAÇÃO DO ESPORTE FEMININO.....	27
3.3 A MULHER COMO ELEMENTO DECORATIVO .....	32
<b>4 OBJETIFICAÇÃO NO JORNALISMO ESPORTIVO</b> .....	36
4.1 ATLETAS .....	37
4.2 WAGS .....	43
4.3 BANDEIRINHAS .....	47
4.4 CONCURSOS DE MUSAS.....	51
4.5 ASSÉDIO .....	56
4.5.1 Dos jornalistas .....	56
4.5.2 Às jornalistas .....	60
<b>5 OUTRAS POSSIBILIDADES</b> .....	65
<b>6 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	72
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	75

## 1 INTRODUÇÃO

O futebol era a grande sensação da elite carioca nos primeiros anos do século XX. Os sócios lotavam os clubes para conferir o jogo recém-chegado da Inglaterra, fadado a arrebatá-los irreversivelmente os corações brasileiros. Nas arquibancadas do Estádio das Laranjeiras, sede do Fluminense, homens e mulheres vibravam com os primeiros pontapés. Aflitas com o desenrolar das partidas, as grã-finas ali presentes torciam seus lenços para aliviar a tensão. Surgiam, assim, as primeiras "torcedoras" e, a partir de então, o verbo "torcer" ganhava um novo significado.

Como se sabe, o futebol rapidamente pulou os muros das elites, ganhou as multidões e tornou-se parte da identidade nacional. Todo o mundo ao redor da bola se transformou nestes mais de cem anos, mas algo permanece imutável: a paixão das torcedoras. Mesmo pertencendo a um universo historicamente dominado pelos homens, o futebol jamais deixou de ser acompanhado de perto pelas mulheres. Um levantamento realizado pela Pluri Consultoria em 2012 revelou que 69% das brasileiras têm um time de coração – aproximadamente 68 milhões de pessoas. Em comparação aos homens, elas formam 48,4% da torcida do Flamengo e 46,8% da "fiel" do Corinthians, para ficarmos apenas na dupla mais popular.<sup>1</sup> Tudo isso sem contar, é claro, com as seguidoras do handebol, do vôlei, do atletismo etc. Atingimos, portanto, uma das questões centrais deste trabalho: se as mulheres formam uma parcela tão expressiva dos consumidores de esportes no Brasil, por que as páginas da imprensa esportiva são concebidas como se seu público-alvo fosse estritamente constituído por homens?

Apesar de terem nas torcedoras um naco importante de sua audiência e um número razoável de jornalistas mulheres em suas fileiras, os veículos esportivos dialogam com seu público "de homem para homem". Desta maneira, como é destacado em "O Segundo Sexo", reproduzem a visão milenar da mulher como "o Outro". Em sua obra fundamental, Simone de Beauvoir defende que desde o princípio o homem tomou para si o protagonismo da História e do discurso, relegando o sexo feminino ao papel secundário da humanidade.

A mulher determina-se e diferencia-se em relação ao homem e não este em relação a ela; a fêmea é o inessencial perante o essencial. O homem é

---

<sup>1</sup> FERREIRA, Fernando. As maiores torcidas do Brasil, entre as mulheres. PLURI Pesquisas Esportivas,

o Sujeito, o Absoluto; ela é o Outro. A categoria do Outro é tão original quanto a própria consciência. Nas mais primitivas sociedades, nas mais antigas mitologias, encontra-se sempre uma dualidade que é a do Mesmo e a do Outro. [...] o sujeito só se põe em se opondo: ele pretende afirmar-se como essencial e fazer do outro o inessencial, o objeto. (BEAUVOIR, 2000, p.10-12)

Quando abrimos um jornal de esportes, nos deparamos com a preparação para os próximos jogos de futebol, com os resultados do dia em um torneio de tênis, com os lances espetaculares de um craque do basquete e... fotos de mulheres "sensuais". Classificadas como "musas", "beldades" e afins, estas mulheres são expostas como meros pedaços de carne, inseridas tão somente para satisfazer o olhar dos homens, atrair maiores índices de audiência e demarcar a seção de esportes como território masculino. Este emprego do corpo feminino como instrumento sexual à disposição de outros indivíduos constitui a chamada objetificação da mulher.

A questão da objetificação, vista como um sintoma central da opressão às mulheres em nossa sociedade, é tema recorrente no estudo teórico do feminismo. Para Catharine MacKinnon, "ser sexualmente objetificada significa ter um propósito social imposto sobre você que lhe define como destinada a ser usada sexualmente" (MACKINNON *apud* LANGTON, 2005). Em sua definição de objetificação, Rae Langton adiciona três itens fundamentais: a redução ao corpo (a pessoa é retratada apenas pelo seu corpo, ou partes dele), a redução à aparência e o silenciamento (LANGTON, 2005).

A princípio, os esforços deste trabalho serão concentrados em traçar um breve panorama atual do jornalismo esportivo. O capítulo inaugural começa com um debate central do segmento: afinal, quando o assunto é esporte, estamos fazendo jornalismo ou entretenimento? A imagem de repórteres sedentos por informações correndo pelas redações naturalmente nos inclina à primeira opção, mas a crescente predileção editorial por noticiários mais descontraídos, bem-humorados, fáceis de digerir aproxima o ofício jornalístico do lazer e gera novos desafios. A presumível relação da guerra por audiência e lucro com a objetificação da mulher na imprensa também será contemplada.

O capítulo seguinte busca, dentro de um contexto histórico, entender porque o mundo dos esportes segue sendo um reduto masculino. Proibidas de praticar atividades "exigentes" como o futebol e o boxe durante boa parte do século passado, as mulheres se desenvolveram em modalidades mais "leves", dentre elas o vôlei, o tênis e a natação. Esta longa diferenciação deixou profundas marcas de machismo tanto nos esportes que eram

vistos como inadequados como nos tradicionalmente recomendáveis para o sexo feminino. Hoje presentes em todas as modalidades, as atletas ainda encontram grandes dificuldades para obterem o mesmo reconhecimento que os homens. Dentre elas, o esforço de mídia e patrocinadores para erotizar o esporte feminino, exaltando os atrativos estéticos de algumas competidoras em detrimento do desempenho nas quadras ou gramados. A visão da mulher como elemento decorativo também pode ser observada nos esportes masculinos, nos quais é constante a presença de mulheres contratadas para "embelezar" o ambiente.

Depois de preparado o terreno, a objetificação da mulher no jornalismo esportivo é analisada no capítulo posterior. Para tal, as "beldades" foram divididas em cinco categorias. Atletas – mulheres que trabalham duro para conquistar medalhas, mas cujas performances esportivas se tornam detalhes desimportantes perto da beleza de seus corpos torneados; WAGs (acrônimo para *wives and girlfriends*<sup>2</sup>) – fenômeno surgido na Inglaterra quando os tabloides locais decidiram dar tanta atenção para as companheiras dos atletas quanto para os próprios; bandeirinhas – estas profissionais conseguiram seu espaço no futebol masculino, fato celebrado pelos noticiários como um novo nicho de mulheres para objetificar; musas de concursos – modelos que entram em evidência durante disputas organizadas pela própria imprensa, como o "Musa do Brasileirão". Na sequência, serão levantados casos de assédio sofridos pelas jornalistas ou praticados pelos seus companheiros de profissão.

O capítulo derradeiro visa olhar para frente. O panorama atual é problemático, mas vivemos um momento no qual o debate sobre os direitos das mulheres e o lugar que elas ocupam na sociedade está em alta. Este cenário pode trazer mudanças práticas, inclusive, quem sabe, no jornalismo esportivo. Aqui veremos exemplos de mulheres que realizam trabalhos importantes para combater o machismo que caracteriza este setor da imprensa e o mundo dos esportes em geral. Os depoimentos destas e outras jornalistas esportivas sobre possibilidades futuras encerram o trabalho.

A escolha deste tema surgiu do desejo de falar sobre algo que estivesse relacionado à área na qual trabalho desde meu primeiro mês de faculdade e que, ao mesmo tempo, fosse de alguma relevância para a sociedade como um todo. No contato diário com publicações esportivas de todo o mundo, o fenômeno das "musas" sempre me causou profundo incômodo. Trata-se da forma mais explícita do machismo que costuma circular

---

<sup>2</sup> Esposas e namoradas.

pelas redações, normalmente em forma de comentários bem-humorados seguidos de risadas de aprovação ou resignação.

Tenho ciência de que um homem escrevendo sobre questões de gênero pode ser recebido com algum desdém. No entanto, tenho como crença pessoal que é importante se posicionar contra qualquer forma de opressão – homens contra o machismo, heterossexuais contra a homofobia, brancos contra o racismo etc. Sempre tendo em mente o cuidado para não "roubar o protagonismo" dos movimentos sociais. Algo que não será, de maneira alguma, visto neste trabalho. O objetivo aqui é simples: fazer um levantamento da sistemática objetificação da mulher nas páginas esportivas e propor uma reflexão para que esta prática seja deixada para trás.

Esta monografia não se propõe a ser um ataque ao jornalismo esportivo – pelo contrário, trata-se de uma defesa. Foi escrita com a convicção de que esta não é uma categoria inferior e, portanto, não deve se comportar como menos responsável. Nós, jornalistas esportivos, devemos nos livrar da velha herança machista e adotar uma postura mais crítica em relação ao conteúdo que produzimos, em relação à mensagem que passamos para a sociedade. Os exemplos citados ao longo deste trabalho são lamentavelmente atuais. Podemos fazer muito melhor.

## 2 SOBRE JORNALISMO ESPORTIVO

Este capítulo, assim como o posterior, tem como ideia buscar entender o contexto no qual ocorre a objetificação da mulher na imprensa esportiva. Aqui caminharemos sobre a tênue – por vezes invisível – fronteira que separa o jornalismo esportivo do entretenimento. A tendência ao humor em detrimento da notícia é alvo de contundentes críticas acadêmicas, enquanto em outros estudos a questão do *infotainment* aparece como uma força quase irreversível. Mais adiante, a corrida por maiores índices de audiência, especialmente no jornalismo digital, será apurada como outro fator que ajuda a explicar a proliferação das musas esportivas.

### 2.1 JORNALISMO OU ENTRETENIMENTO ESPORTIVO?

"É só um jogo". É comum ver narizes torcidos quando o assunto é esporte. Os jornalistas que se debruçam sobre o segmento estão acostumados a sentir um certo menosprezo vindo dos profissionais de editorias mais sisudas, como política, cidade e economia. No entanto, apesar de inegavelmente contar com uma matéria-prima mais lúdica, o jornalismo esportivo superou o desdém de alguns e se estabeleceu há décadas como um dos pilares de qualquer veículo de grande circulação. Primeiro, é claro, pela grande demanda. Consumido por multidões, o esporte tornou-se um negócio global que movimentava bilhões de dólares ano após ano. Além disso, falar de esportes significa muito mais do que ver os gols da rodada ou analisar a performance de um certo time ou atleta. Ao cobrir eventos como as Olimpíadas, a Copa do Mundo ou a final da Liga dos Campeões, o jornalista está frente a frente com enormes espelhos da sociedade contemporânea globalizada. Foi o que percebeu Franklin Foer ao escrever o livro "Como o Futebol Explica o Mundo".

Não se tratava apenas da maneira como a Internet e os satélites haviam tornado o mundo do futebol tão menor e tão mais acessível. Era possível ver a globalização em ação: nos anos 1990, times bascos, orientados por técnicos galeses, abasteciam-se de jogadores da Holanda e da Turquia; equipes da Moldávia importavam nigerianos. Subitamente parecia que, para onde se olhasse, fronteiras e identidades nacionais tinham sido varridas para a lata de lixo da história. [...] Ao criarem alquimias culturais a partir de suas escalações, os técnicos muitas vezes produziam novos e maravilhosos espetáculos: o estilo italiano, cínico e defensivo, vitalizado

pela infusão da liberdade de estilo de holandeses e brasileiros; o estilo duro (ou a falta de estilo) dos ingleses temperado por uma pitada de perspicácia sob a forma de atacantes franceses. Visto da minha poltrona, o futebol parecia estar muito mais adiantado no processo de globalização do que qualquer outra economia do planeta. (FOER, 2005, p.8-9)

O repórter escocês Andrew Jennings foi responsável por denunciar esquemas da corrupção na FIFA (Federação Internacional de Futebol), anos antes da investigação do FBI que culminaria na prisão de alguns dos dirigentes mais poderosos do mundo. Lúcio de Castro apontou irregularidades semelhantes na Confederação Brasileira de Vôlei. Em 2005, uma reportagem de André Rizek, da revista *Veja*, desmascarou a "Máfia do Apito", provando que apostadores subornavam árbitros para manipular resultados do Campeonato Brasileiro daquele ano. Matérias esportivas também podem tratar de questões políticas (ao explicar a medida provisória sancionada por Dilma Rousseff que refinancia as dívidas dos clubes de futebol com a União), de inclusão social (ao contar a história de uma pioneira atleta transexual), de desenvolvimento urbano (ao acompanhar as obras prometidas por governantes para as Olimpíadas de 2016) etc.

Quando realizado com seriedade e afinco por profissionais competentes, o jornalismo esportivo pode ser berço de matérias capazes de causar reflexão, de ajudar a compreender a sociedade e de narrar as sagas de craques e equipes que despertam paixões e mexem com o imaginário popular. Por se tratar de um tema mais "leve" quando comparado a outros segmentos do ramo, também é corriqueiro encontrar ali uma cobertura por vezes mais descontraída, bem-humorada. Foi esta fresta que o apresentador Tiago Leifert escancarou ao tomar as rédeas do Globo Esporte, em 2009. Com a missão de resgatar os índices de audiência do telejornal esportivo da mais poderosa emissora do Brasil, Leifert apostou suas fichas em um estilo mais despojado, deixando para trás o esquema "ensaiadinho" de seus antecessores. A transformação do tradicional noticiário em um festival de trocadilhos e conversas informais gerou críticas. Mariana Oselame, da PUC-RS, definiu o novo estilo adotado pelo Globo Esporte como "engraçadismo".

Emissora líder em audiência no Brasil, referência na cobertura de eventos esportivos e proprietária dos milionários direitos de transmissão das principais competições nacionais e internacionais, a Rede Globo de Televisão estabeleceu o "engraçadismo" como um padrão a ser seguido pelos produtores, repórteres e apresentadores dos seus programas de notícias esportivas, especialmente o mais antigo deles, o Globo Esporte [...]. Segundo esse modelo, a preocupação do jornalista, antes de informar o telespectador, deve ser a de produzir uma matéria leve, descontraída,

“despojada” e, sempre que possível, engraçada. Para atingir esse objetivo, no contexto desse padrão, os repórteres podem abrir mão da notícia para enfatizar os aspectos inusitados, curiosos e não necessariamente referentes às modalidades esportivas propriamente ditas [...]. Na construção das reportagens, a opção por essa linha editorial é o que “autoriza” o jornalista a abusar de trocadilhos, piadas, expressões dúbias, efeitos de edição e brincadeiras que podem nem sempre ser compreendidas pelo público que segue a cobertura esportiva. (OSELAME, 2012, p.136)

Em sua dissertação, que tem como foco principal a crítica ao "engraçadismo" implementado por Leifert, Oselame analisa algumas matérias de teor humorístico do Globo Esporte. Em uma delas, o repórter gaúcho Duda Garbi "chega aos limites do preconceito" ao fazer troça de um entrevistado chamado Kléristo, afirmando que "todo nome de nordestino é complicado" (OSELAME, 2012, p.134). A peça em questão foi veiculada como parte do quadro "Bola Fora", criado especificamente com o intuito de fazer rir. Táticas como humor, informalidade e dinamismo têm como objetivo tornar o programa mais atraente ao grande público, atingir pessoas não necessariamente interessadas em notícias esportivas. Busca-se o afastamento das informações "duras" para flertar com o entretenimento – definido por Itania Gomes como "valor das sociedades ocidentais contemporâneas que se organiza como indústria e se traduz por um conjunto de estratégias para atrair a atenção de seus consumidores" (GOMES, I., 2009, p.204). A crescente relação entre jornalismo e entretenimento é alvo de críticas por todos os lados – em especial pela suposta queda de profundidade que vem como consequência.

Sob o pretexto de clareza para o grande número, tudo acaba sendo simplificado. Chegando às vezes à caricatura, a forma suplanta o conteúdo. Ganha quem for mais rápido na invenção das frases curtas e das fórmulas. A simplificação, primeira lei da democracia, torna-se paródia desta: não se deve correr o risco de entediar o espectador, como se este fosse (...) desprovido de sutileza. (WOLTON *apud* OSELAME, 2012, p.74)

O distanciamento de métodos mais tradicionais do jornalismo é constantemente questionado pelos teóricos da comunicação, mas o fato é que os resultados aparecem. O modelo adotado por Leifert resgatou os índices de audiência do Globo Esporte e ajudou a confirmar a tendência do mercado. Afinal, o novo Globo Esporte é apenas mais um dentre tantos programas televisivos a se encaixar no conceito de *infotainment* – neologismo nascido da contração das palavras inglesas *information* e *entertainment* (informação e



entretenimento). Tal associação pode ser encarada como uma transformação natural em tempos de sociedade do espetáculo. Afrouxam-se as regras dos manuais de jornalismo e dos conceitos de noticiabilidade para tornar o "produto" mais atraente ao consumidor. De acordo com a pesquisadora Fabia Dejavite, o *infotainment* é uma "especificidade do jornalismo de conteúdo estritamente editorial voltado à informação e ao entretenimento (matérias jornalísticas), tais como: comportamento, hobbies, esporte, moda, celebridade..." (DEJAVITE *apud* PADEIRO, 2015, p.11).

*O infotainment se explica pelas grandes mudanças ocorridas no sistema global de comunicação, devido a dois fatores articulados: a consolidação do neoliberalismo como opção política hegemônica no final do século XX, o que teve como uma de suas consequências a desregulamentação dos sistemas nacionais de comunicação, e a acentuada ampliação das possibilidades tecnológicas de produção, distribuição e consumo da cultura midiática. Estes dois fatores, conjugados, formam o cenário que denominamos como globalização da cultura midiática. (GOMES, I., 2009, p.198)*

Portanto, na contramão de tantos críticos ferrenhos, outros estudiosos enxergam no *infotainment* um caminho natural e irreversível para o jornalismo atual. Por se tratar de uma editoria mais "leve", o jornalismo esportivo torna-se um dos principais focos desta transformação – como apontou Dejavite em entrevista a Carlos Henrique Padeiro.

*Dentro da sociedade da informação, alguns valores foram ressaltados, passaram a ter mais importância, entre eles a comunicação e o entretenimento. Não há maneiras de fugir da junção, comunicação hoje não pode ser feita sem entretenimento. Com o desenvolvimento das novas plataformas de mídia, principalmente graças à expansão da Internet, a informação tende a ser construída como hipermídia. (...) O próprio esporte em si, em termo de conteúdo para o jornalismo, já é entretenimento. Existe aquela diferença clássica de *hard news* e *soft news*. O que vem no primeiro bloco do Jornal Nacional? Política. O primeiro caderno do jornal Folha de S.Paulo também é política, depois vem economia, cotidiano... O esporte vem no final em ambos, porque é *soft news*. Mas, obviamente, não podemos desconsiderar que o esporte está ligado a política, cultura, economia, antropologia e outros aspectos. (DEJAVITE *apud* PADEIRO, 2015, p.14-15)*

Este capítulo não tem como intenção demonizar o entretenimento ou defender que um jornalismo esportivo quadrado, puramente informativo. A ideia é apenas constatar brevemente que o segmento vem sendo cada vez mais relegado a uma função recreativa na mídia. E quando o jornalismo deixa de ser jornalismo para se transformar em lazer, perde

também o compromisso com a ética que norteia a profissão. O Código de Ética dos Jornalistas levanta alguns pontos relevantes no debate proposto por este trabalho.

Art. 6º

É dever do jornalista: (...)

II – divulgar os fatos e as informações de interesse público; (...)

V – valorizar, honrar e dignificar a profissão; (...)

VIII – respeitar o direito à intimidade, à privacidade, à honra e à imagem do cidadão.

(CÓDIGO DE ÉTICA DOS JORNALISTAS *apud* OSELAME, 2012, p.57)

Por mais que o *infotainment* ganhe espaço, o jornalista – esportivo ou não – jamais pode ser considerado um mero *entertainer*. Trata-se de um profissional com enorme responsabilidade ética e moral perante a sociedade. Um compromisso frequentemente ignorado, como veremos mais a frente.

## 2.2 MERCANTILIZAÇÃO DA NOTÍCIA

Não é de hoje que a chamada mercantilização da notícia é tema central no debate jornalístico. Para Nelson Traquina, a imprensa é norteada pelos próprios interesses financeiros há quase dois séculos, quando teve fim o período conhecido como "jornalismo literário" (TRAQUINA *apud* OSELAME, 2012). A ruptura para a fase seguinte veio em larga escala graças à urbanização e à ascensão de uma classe média formada como consequência da Revolução Industrial. Crescem as tiragens, surgem os espaços publicitários e o jornalismo, anteriormente usado como fonte de propagação dos ideais iluministas, entra em sua fase mercadológica. Nos Estados Unidos, a *penny press* marca o início do jornalismo popular, substituindo as discussões teóricas da elite por fatos cotidianos que despertavam o interesse da maior parcela das cidades.

Durante o século XIX, sobretudo com a criação de um novo jornalismo – a chamada *penny press* – os jornais são encarados como um negócio que pode render lucros, apontando como objetivo fundamental o aumento das tiragens. Com objetivo de fornecer informação e não propaganda, os jornais oferecem um novo produto – as notícias, baseadas nos “fatos” e não nas “opiniões”. (TRAQUINA *apud* OSELAME, 2012, p.51)

Desde então, a quantidade de exemplares vendidos tornou-se sinônimo de poder,

influência e, é claro, renda – tanto diretamente, pelo dinheiro arrecadado com as próprias vendas, quanto indiretamente, com o maior potencial publicitário gerado pelo número de leitores. Com a concorrência acirrada e cifras pesadas em jogo, os jornais buscavam novas táticas para tornar seu produto atraente aos olhos das multidões. Relatos extraordinários envolvendo acontecimentos insólitos, fofocas e violência aumentavam o interesse dos consumidores e formavam as bases para o surgimento dos primeiros veículos sensacionalistas. A objetividade do fato dá lugar aos casos que despertam sensações no público. Para Ciro Marcondes Filho, o sensacionalismo é

o grau mais radical da mercantilização da informação: tudo o que se vende é aparência e, na verdade, vende-se aquilo que a informação interna não irá desenvolver melhor do que a manchete. Esta está carregada de apelos às carências psíquicas das pessoas e explora-as de forma sádica, caluniadora e ridicularizadora. [...] O jornalismo sensacionalista extrai do fato, da notícia, a sua carga emotiva e apelativa e a enaltece. Fabrica uma nova notícia que a partir daí passa a se vender por si mesma. (MARCONDES FILHO *apud* ANGRIMANI, 1995, p.15)

Marcondes Filho destaca a manchete como um lugar central na mercantilização dos acontecimentos. Já neste primeiro contato com o leitor, o jornal busca capturar a sua atenção, fazer com que ele pague para saber mais. A boa manchete é a que vende. Esta lógica atravessou os séculos e chegou até a era do jornalismo digital. Se a circulação dos grandes veículos se encontra em queda livre, é nos portais de notícias online que a imprensa busca hoje a sobrevivência. Em um mundo onde pouquíssimos estão dispostos a abrir a carteira por informações tão fáceis de encontrar, o leitor que navega pelos portais tem uma nova moeda valiosa a oferecer: o *clique*. Ao abrir o link de uma notícia, o internauta aumenta a audiência do site em questão, calculada pela quantidade de vezes em que determinada página é aberta – os chamados *pageviews*.

A busca incessante por milhões de cliques desencadeou uma espécie de corrida pelo ouro nas redações. O jornalista bem-sucedido nesta Serra Pelada não tem como pedra preciosa uma grande reportagem, uma notícia em primeira mão. O objetivo é alcançado quando se encontra uma notícia que desperte a atenção do maior número de curiosos. No último dia 16 de fevereiro, por exemplo, figuravam entre as mais lidas do portal *Globo.com* a prisão do irmão do humorista Leandro Hassum, uma mulher "grávida" há três anos em Santos e uma foto do lutador Victor Belfort exibindo uma "barriga de casado" ao

lado da esposa. Vale ressaltar que este é o site de notícias com mais acessos no Brasil<sup>3</sup> – e, por isso, o objeto de análise deste tópico.

Jornalismo tornou-se um disciplinamento técnico, antes que uma habilidade investigativa ou linguística. Bom jornalista passou a ser mais aquele que consegue, em tempo hábil, dar conta das exigências de produção de notícias do que aquele que mais sabe ou que melhor escreve. Ele deve ser uma peça que funciona bem, “universal”, ou seja, acoplável a qualquer altura do sistema de produção das informações. (MARCONDES FILHO, 2000, p.36)

Outra característica deste jornalismo digital obcecado por cliques é o uso das redes sociais como aliadas. Na maior delas, o Facebook (que conta com mais de um bilhão de acessos por dia)<sup>4</sup>, os indicadores de sucesso vêm em forma de *likes* e *shares*; ou seja, a quantidade de pessoas que "curtem" e "compartilham" determinado conteúdo. Por se tratar de um "ambiente" no qual os usuários gastam boas horas de seus dias, o Facebook é identificado pelos portais como um fator decisivo para angariar a maior quantidade possível de *pageviews*. Esta tendência gera fenômenos curiosos, como no caso das notícias "misteriosas". Contrariando a cartilha convencional das manchetes, diversos veículos adotam uma nova tática que consiste em revelar apenas parte da notícia – para saber exatamente do que se trata aquilo, o leitor precisa fornecer o famigerado clique e acessar o restante da matéria. Exemplo: surgiu a informação de que o Internacional estaria interessado em contratar o atacante Pablo, do Atlético-PR. A página do Globo Esporte no Facebook comunicou a especulação da seguinte maneira: "Atacante do Atlético-PR entra na mira de clube da Série A"<sup>5</sup>. Na sequência, o link para desvendar o enigma. A mesma página anunciou que “Jorge Sampaoli aparece como favorito para assumir o comando de clube que disputa a Libertadores”<sup>6</sup>. Só clicando para saber que o técnico argentino negocia com o Boca Juniors. Em artigo publicado pelo Observatório da Imprensa, o jornalista

<sup>3</sup> De acordo com os dados do Ibope, o portal Globo.com alcançou 374 milhões de visualizações em fevereiro de 2014, liderando o ranking. Fonte: 'Estadão' chega a 3º na web noticiosa. O Estado de S. Paulo, 2014. Disponível em: <<http://economia.estadao.com.br/noticias/geral,estadao-chega-a-3-na-web-noticiosa-imp-,1139830>>. Acesso em: 13 de fevereiro de 2016.

<sup>4</sup> Facebook has a billion users in a single day, says Mark Zuckerberg. BBC News, 2015. Disponível em: <<http://www.bbc.com/news/world-us-canada-34082393>>. Acesso em: 13 de fevereiro de 2016.

<sup>5</sup> Atacante do Atlético-PR entra na mira de clube da Série A. Facebook, 2016. Disponível em: <<https://www.facebook.com/Globoesportecom/posts/10153921344635409>>. Acesso em: 28 de fevereiro de 2016.

<sup>6</sup> Jorge Sampaoli aparece como favorito para assumir o comando de clube que disputa a Libertadores. Facebook, 2016. Disponível em: <<https://www.facebook.com/Globoesportecom/posts/10153926975310409>>. Acesso em: 02 de março de 2016.

Cleyton Torres criticou a ausência "de foco ou profundidade" escancaradas por tais práticas no jornalismo digital.

As mídias sociais digitais conectadas em rede trouxeram a “mídiatização da mídia”, ou a “*facebookização* do jornalismo”. Quando se falava em jornalismo cidadão e participação do usuário, muitos pensavam em um jornalismo global-local, com o dinamismo e velocidade que a internet exige. Porém, o que temos visto não vai ao encontro desse pensamento, já que o espaço do cidadão no jornalismo é medido apenas pelo seu humor, a participação do usuário é medida em curtidas e o jornalismo muitas vezes não é jornalismo, sendo apenas uma mera isca para *likes* e *shares*. (TORRES, 2016)<sup>7</sup>

Esta procura por uma "isca" ajuda a explicar porque o jornalismo digital é um terreno tão fértil para a objetificação da mulher. Assim como em inúmeras campanhas publicitárias, notoriamente as de marcas de cerveja, o close "sensual" no corpo feminino é usado para atrair a atenção e o consumo (aqui realizado em forma de clique) do público-alvo. Ao passar por cima de preceitos básicos do jornalismo – como informar o fato na manchete da notícia –, os veículos de comunicação mostram que estão dispostos a qualquer negócio para elevar os níveis de audiência. Daí a publicar fotos de "musas" exibindo "poses provocantes" em suas contas no Instagram é um pulo. Um exemplo claro da mulher como isca para cliques pode ser visto em dias de verão com forte calor no Rio de Janeiro.

Apesar de se tratar de um fato corriqueiro, sem valor noticioso, o portal da Globo invariavelmente aproveita a ocasião para estampar uma imagem de uma praia carioca em sua *homepage*. Ou melhor, uma imagem de uma moça de biquíni em uma praia carioca. Ao fim destas "matérias" é comum encontrar uma série de comentários chulos aprovando a escolha editorial e confirmando que muitos leitores mordem o anzol alegremente. Somam-se os cliques, multiplicam-se as *pageviews*, perpetua-se a objetificação da mulher na grande imprensa.

---

<sup>7</sup> TORRES, Cleyton Carlos. A “facebookização” do jornalismo. Observatório da Imprensa, 2016. Disponível em: <<http://observatoriodaimprensa.com.br/jornal-de-debates/a-facebookizacao-do-jornalismo/>>. Acesso em: 13 de fevereiro de 2016.

Figura 1 – Homepage I

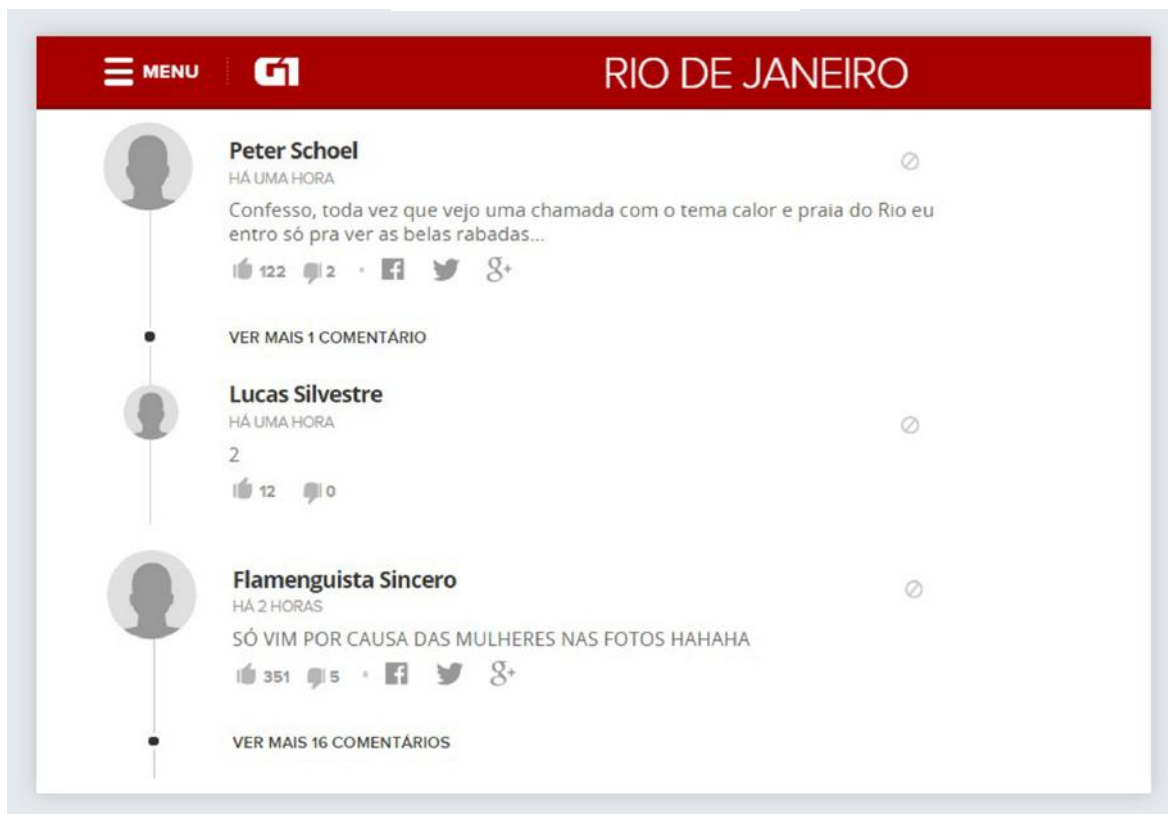


Fonte: *Globo.com*, 18 dez. 2015

Figura 2 – Homepage II



Fonte: *Globo.com*, 28 dez. 2015

Figura 3 – Comentários *Globo.com*

Fonte: *Globo.com*, 18 dez. 2015

### 3 A MULHER NOS ESPORTES

A causa primária para explicar o acentuado machismo presente nas redações esportivas (e refletido em suas publicações) é bastante clara: o próprio mundo dos esportes sempre foi um território amplamente dominado pelos homens. Este capítulo se propõe a levantar um breve histórico da luta feminina pela inclusão neste meio. Desde mulheres pioneiras, proibidas por lei de praticar certas atividades, até as atletas contemporâneas, sentindo na pele as dificuldades impostas por uma sociedade que parece mais interessada em seus atributos estéticos do que no desempenho esportivo. Se os jornalistas tantas vezes retratam as mulheres como meros elementos decorativos, o mesmo pode ser dito de modalidades como o automobilismo e o futebol americano, utilizando *grid girls* e *cheerleaders* como uma distração sexual para o público enquanto pilotos e jogadores cumprem o papel de homens em ação.

#### 3.1 O ESPORTE COMO “LUGAR DE HOMEM”

O gabinete do presidente Getúlio Vargas recebeu uma carta inusitada em abril de 1940. Corriam os primeiros meses da Segunda Guerra Mundial e, enquanto Hitler invadia Dinamarca e Noruega e o exército soviético massacrava milhares de poloneses na floresta de Katyn, um certo José Fuzeira demonstrava sua preocupação com os avanços do futebol feminino. O pomposo documento endereçado a Getúlio era um alerta quanto aos perigos da nova moda que andava fazendo a cabeça das jovens brasileiras.

[...] Refiro-me, Snr. Presidente, ao movimento entusiasta que está empolgando centenas de moças, atraindo-as para se transformarem em jogadoras de futebol, sem se levar em conta que a mulher não poderá praticar esse esporte violento sem afetar, seriamente, o equilíbrio fisiológico das suas funções orgânicas, devido à natureza que a dispôs a ser mãe...

Ao que dizem os jornais, no Rio já estão formados nada menos de dez quadros femininos. Em S. Paulo e Belo Horizonte também já estão constituindo-se outros. E, neste crescendo, dentro de um ano é provável que, em todo o Brasil, estejam organizados uns 200 clubes femininos de futebol, ou seja: 200 núcleos destroçadores da saúde de 2.200 futuras mães, que, além do mais, ficarão presas de uma mentalidade depressiva e propensa aos exibicionismos rudes e extravagantes; pois, desde que já se chegou à insensatez inqualificável de organizar-se pugnas de futebol com um grupo de cegos a correrem, às tontas, atrás de uma bola cintada de guizos, não será de admirar que o movimento feminino a que nos estamos

reportando seja o ponto de partida para, no decorrer do tempo, as filhas de Eva se exibirem também em assaltos de luta livre e em justas da “nobre arte”, cuja nobreza consiste em dois contendores se esmurrarem até ficarem babando sangue. (FUZEIRA *apud* FRANZINI, 2005, p.319-320)

De fato, o movimento que tanto espantava o sujeito vinha ganhando força na então capital federal. Diversos clubes de futebol feminino surgiam à época, especialmente nos subúrbios cariocas – Eva F.C., Cassino Realengo, Benfica F.C., entre outros. Uma tendência que logo sucumbiria aos protestos de cidadãos como José Fuzeira, cuja carta chegaria às mãos da Divisão de Educação Física do Ministério da Educação e dali seguiria para a Subdivisão de Medicina Especializada. Lá, a queixa seria acatada e um parecer prometia tomar as devidas providências para encerrar a aventura das boleiras.

O gesto do Snr. José Fuzeira, determinando o debate sobre uma questão que poderia ter consequências nocivas para a saúde de grande número de moças, é digno de todos os louvores.

Efetivamente, o movimento que se esboçou nesta Capital para a formação de vários quadros femininos de futebol, e que tomou corpo com o apoio que alguns jornais cariocas deram, é desses que merecem a reprovação das pessoas sensatas, já pelo espetáculo ridículo que representa a prática do “association” pelas mulheres, como também pelas razões de ordem fisiológica, que desaconselham sumariamente um gênero de atividade física tão violento, incompatível mesmo com as possibilidades do organismo feminino...

Existe hoje uma interminável bibliografia sobre assuntos referentes à educação física e desportos, sendo todos os autores unânimes em profligar o jogo do “velho esporte bretão” pelas mulheres, por acarretar traumatismos que podem afetar departamentos do organismo feminino especialmente delicados e de importância vital. (SUBDIVISÃO DE MEDICINA ESPECIALIZADA *apud* FRANZINI, 2005, p.320)

Além do óbvio preconceito que relega o sexo feminino a uma posição de inferioridade e fragilidade, um ponto a ser destacado nos documentos é a estatização do corpo das mulheres. Seguindo a lógica eugenista que imperava nos tempos de Estado Novo, a mulher deveria abraçar exclusivamente a sua função reprodutora. Uma mãe saudável geraria filhos saudáveis e prontos para servir à nação. Claro que por trás das restrições oficiais, repletas de justificativas supostamente científicas, residia também a mentalidade conservadora que via com maus olhos as tentativas femininas de invadir territórios tradicionalmente masculinos, como é o caso do futebol. No entanto, também ganhava força à época a ideia de que certas atividades esportivas seriam recomendáveis para as mulheres. Era o caso da natação, do vôlei, e do tênis – modalidades com menos



exigência muscular, pouco ou nenhum contato físico com outras atletas, muitas vezes separadas por uma rede. Por outro lado, atividades mais pesadas e de intenso contato (como o futebol, o basquetebol e os saltos em distância) permaneciam restritas aos homens (AZEVEDO, 1988).

A preocupação com o progresso levava as pessoas a representarem a maternidade como a função de maior importância para a evolução. Para a mulher, por ter que investir sua energia nas necessidades de reprodução, qualquer esforço extra empregado em atividade física vigorosa ou intelectual resultaria em fraqueza, doença, infertilidade ou danos às futuras gerações. E, a partir desta representação, acreditava-se na necessidade de ajustar a educação física feminina com o seu desenvolvimento reprodutivo, pois não haveria a reposição da energia desperdiçada. A partir do momento em que os princípios do darwinismo social e a "sobrevivência do mais saudável" deveriam ser seguidos pelas mulheres, as meninas deviam então usufruir dos benefícios saudáveis dos jogos leves e de atividade física moderada, para tornarem-se mães fortes. (MOURÃO, 2000, p.10-11)

De fato, a chiadeira geral contra as pioneiras do futebol feminino logo surtiria efeito. O Conselho Nacional de Desportos (CND) foi instituído em 1941 por um decreto-lei que determinou em seu artigo 54 que "às mulheres não se permitirá a prática de desportos incompatíveis com as condições de sua natureza" (*apud* FRANZINI, 2005, p.322). A lista negra do esporte feminino foi atualizada pela ditadura militar em 1965, quando o CND proibiu às mulheres "a prática de lutas de qualquer natureza, futebol, futebol de salão, futebol de praia, polo aquático, polo, rugby, halterofilismo e baseball" (*apud* FRANZINI, 2005, p.325) – veto que só viria a ser revogado nos anos 80.

Hoje é possível aplaudir de pé as jogadas de Marta, cinco vezes eleita melhor jogadora de futebol do mundo, vibrar com o ouro olímpico da judoca Sarah Menezes e até mesmo assistir a uma violenta luta de MMA entre Bethe Correia e a *popstar* Ronda Rousey. Mas tantos anos de proibição a esportes "masculinizados" acabaram por sedimentar um preconceito contra as praticantes de modalidades consideradas pouco "femininas". Acostumadas aos questionamentos direcionados a preocupações estéticas, aos corpos musculosos e até mesmo insinuações acerca de orientações sexuais, "atletas profissionais são quase obrigadas a adotar uma postura apologética, tomando o cuidado necessário de mostrar para o público que sua prática no esporte não compromete sua feminilidade" (FESTLE *apud* ADELMAN, 2003, p.448).

Mesmo atletas de esportes hoje considerados tradicionalmente ligados às mulheres fazem questão de exaltar esta feminilidade presente em suas modalidades. No artigo "Mulheres atletas: re-significações da corporalidade feminina", a pesquisadora Miriam Adelman levantou o tema em entrevistas com jogadoras da seleção brasileira de vôlei. Duas delas (não identificadas) abordaram de forma bem direta as supostas diferenças entre o jogo que praticam e o basquetebol. "Nunca gostei de basquete. Para a mulher, acho que torna muito masculina. (sic) Se você comparar as jogadoras de basquete com as de vôlei, você vê a diferença no físico. Elas são mais troncudas; têm um jeito diferente [...]"; "O basquete é uma coisa muito masculina. Jogam com aquela bermudona e o corpo delas é mais quadrado... O vôlei já é uma coisa mais feminina [...] a gente vai lá, jogar com aquela sunguinha bonitinha, shortinho colado, chama a atenção!" (ADELMAN, 2003, p.457).

As falas das atletas confirmam que diversos esportes ainda são vistos como redutos da masculinidade – conceito normalmente associado à força, agressividade, violência. O exemplo de maior evidência em terras brasileiras é o futebol, paixão nacional. Mesmo entre os homens, a noção de virilidade é tida como um dos pilares para ser bem-sucedido nos gramados. No maior insucesso da história da seleção brasileira, a surreal derrota por 7 a 1 na semifinal da Copa do Mundo de 2014, uma hipotética ausência de verdadeiros "machos" foi diagnosticada por mídia e público como um dos principais motivos para o vexame. Por esta razão o capitão Thiago Silva foi amplamente considerado o vilão da campanha, mesmo sem estar em campo na fatídica peleja do Mineirão. A imagem do zagueiro se desmanchando em lágrimas antes da disputa de pênaltis contra o Chile revelou, na visão dos analistas, uma clara falta de preparo psicológico para encarar o desafio de vencer uma Copa. Chamado para comandar a equipe brasileira após o fiasco dos 7 a 1, o técnico Dunga (exaltado como símbolo de homem viril e aguerrido quando jogador) anunciou, em entrevista à revista *Veja*, que exigiria uma mudança de atitude. "Uma cena de choro como a do jogo contra o Chile pega mal no meio do futebol. Nós somos machistas, temos aquela coisa de que homem não chora"<sup>8</sup>.

Se a ausência da postura "de homem" manchou a carreira de Thiago Silva, é fácil imaginar como o meio futebolístico enxergaria um atleta homossexual assumido. Para se ter uma ideia, o então santista Paulo Henrique Ganso afirmou em 2010 que "graças a

---

<sup>8</sup> Dunga diz ter pé atrás com psicólogos e que cena de choro pega mal no futebol. Folha de S. Paulo, 2014. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/esporte/2014/07/1491960-cena-de-choro-pega-muito-mal-no-futebol-diz-dunga.shtml>>. Acesso em: 13 de fevereiro de 2016.

Deus" não havia um gay entre seus companheiros de clube.<sup>9</sup> A presumível existência de jogadores de futebol homossexuais sempre foi motivo de muita controvérsia. O meio-campista Richarlyson, tricampeão brasileiro pelo São Paulo, é alvo de comentários sobre a sua orientação sexual desde o início da carreira. Quando José Cyrillo Jr., diretor administrativo do Palmeiras, resolveu lhe "tirar do armário" em um programa de televisão, o jogador resolveu mover uma ação contra o dirigente. O caso foi analisado pelo juiz Manoel Maximiano Junqueira Filho e a queixa-crime foi sumariamente arquivada em uma sentença que revela toda a homofobia e a mentalidade retrógrada que predominam no mundo dos esportes e na sociedade como um todo. No documento oficial, o magistrado recomenda que, caso o jogador seja homossexual, deve abandonar a profissão. E explica seus motivos:

[...] futebol é jogo viril, varonil, não homossexual. [...] Quem se recorda da "COPA DO MUNDO DE 1970", quem viu o escrite de ouro jogando [...] jamais conceberia um ídolo seu homossexual. Quem presenciou grandes orquestras futebolísticas [...] não poderia sonhar em vivenciar um homossexual jogando futebol. Não que um homossexual não possa jogar bola. Pois que jogue, querendo. Mas, forme o seu time e inicie uma Federação. Agende jogos com quem prefira pelear contra si. [...] Ora, bolas, se a moda pega, logo teremos o "SISTEMA DE COTAS", forçando o acesso de tantos por agremiação... [...] O que não se mostra razoável é a aceitação de homossexuais no futebol brasileiro, porque prejudicariam a uniformidade do pensamento da equipe, o entrosamento, o equilíbrio, o ideal... [...] Precisa, a propósito, estrofe popular, que consagra: "CADA UM NA SUA ÁREA, CADA MACACO EM SEU GALHO, CADA GALO EM SEU TERREIRO, CADA REI EM SEU BARALHO". É assim que eu penso... e porque penso assim, na condição de Magistrado, digo! (JUNQUEIRA FILHO, 2007, grifos do autor)<sup>10</sup>

O machismo escancarado nas palavras do técnico da seleção brasileira e de um juiz de direito não deixam dúvidas: o futebol não é para homens. É para homens heterossexuais e viris. Este tipo de pensamento mostra-se recorrente não só no futebol, mas em diversos outros esportes tradicionalmente pertencentes ao mundo masculino. Mesmo décadas após a queda das restrições oficiais, as mulheres seguem pisando em ovos quando adentram gramados, quadras e ringues. Os absurdos veredictos que evocavam a ciência para

<sup>9</sup> "Graças a Deus não tem gay no Santos", diz Ganso. Site A Capa, 2010. Disponível em: <<http://acapa.virgula.uol.com.br/lifestyle/gracas-a-deus-nao-tem-gay-no-santos-diz-ganso/1/16/11128>>. Acesso em: 13 de fevereiro de 2016.

<sup>10</sup> Sentença proferida em 05.07.2007, autos nº 936/07, em trâmite perante a nona Vara Criminal da Comarca de São Paulo, SP. Disponível em: <[http://www1.folha.uol.com.br/folha/esporte/20070803-caso\\_richarlysson.pdf](http://www1.folha.uol.com.br/folha/esporte/20070803-caso_richarlysson.pdf)>. Acesso em: 13 de fevereiro de 2016.

reafirmar a “fragilidade anatômica” e defender as “condições naturais” do sexo feminino não mais se sustentam, mas ainda hoje a atleta profissional convive com um dilema: deve mostrar que é forte o bastante para alcançar a glória esportiva, mas não pode ser forte *demais*, sob pena de ter sua feminilidade posta em xeque.

### 3.2 EROTIZAÇÃO DO ESPORTE FEMININO

Comandada por Gabriel Medina, Adriano de Souza e Filipe Toledo, a nova geração do surfe masculino brasileiro mostra um talento impressionante. Medina e Adriano, o "Mineirinho", conquistaram os dois últimos títulos mundiais, consolidando o país como uma potência da modalidade e fazendo valer o apelido *Brazilian Storm*. Entre as mulheres, a realidade é outra. Com pouco incentivo, as surfistas brasileiras não conseguem as mesmas oportunidades dos rapazes e estão longe do protagonismo do circuito mundial feminino. Um abismo fácil de compreender quando nos deparamos com declarações como a de Pedro Falcão, diretor-executivo da Abrasp (Associação Brasileira de Surfe).

O surf feminino precisa de um personagem, uma linda surfista, que além de surfar seja modelo, que ela tenha o poder de levar o surf para a massa da população e não só atingir o nicho que já existe e consome o esporte. (FALCÃO, 2015)<sup>11</sup>

Tal mentalidade está longe de ser novidade no surfe. Diretamente associado a uma noção de juventude "moderna" e "descolada" a partir dos anos 80, o esporte cresceu com o estereótipo da menina da praia – linda, loira e dourada. Em 1986, por exemplo, uma edição da revista Placar exaltava "os brotinhos do surfe", retratando as gaúchas Tanira Damasceno e Roberta Borges como "saudáveis garotas" competindo pelas melhores ondas com o apoio da marca de roupas Sundek.<sup>12</sup> O patrocínio é fundamental para a sobrevivência no surfe, já que as premiações pelos resultados nos torneios são modestas. Única brasileira na elite do esporte, Silvana Lima ficou quatro anos por conta própria até conseguir um contrato em julho de 2015, mesmo tendo no currículo dois vice-campeonatos mundiais. Nordestina de

---

<sup>11</sup> PEDROSO, Janaína. A volta do surf feminino. Revista TPM, 2015. Disponível em: <<http://revistatrip.uol.com.br/tpm/a-volta-do-surf-feminino-no-brasil>>. Acesso em: 13 de fevereiro de 2016.

<sup>12</sup> Brotinhos no surfe. Revista Placar, São Paulo, n. 846, p. 7, ago. 1986. Disponível em: <[https://books.google.com.br/books?id=isJieDytTeMC&printsec=frontcover&hl=pt-BR&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.br/books?id=isJieDytTeMC&printsec=frontcover&hl=pt-BR&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)>. Acesso em: 13 de fevereiro de 2016.

baixa estatura, a atleta confirmou que o fato de não se encaixar nos padrões de beleza é um grande obstáculo.

Muitos patrocinadores não querem apenas uma boa atleta, e sim uma menina que faça dois trabalhos: o de modelo e o de surfista. A Carissa Moore [atual campeã mundial] sempre fala que não é modelo, que o trabalho dela é pegar onda. Ela é atleta e você nunca vai ver foto sensual em seu Instagram porque não é esse o seu trabalho, porém a maioria das meninas cede ao apelo, até a Stephanie Gilmore [hexacampeã mundial] depois que foi para a Roxy ficou assim. Isso é triste e não vai ajudar o surf feminino. (LIMA, 2015)<sup>13</sup>

Em 2003, uma reportagem da revista TPM já abordava a dificuldade das surfistas "fora do padrão" (inclusive Silvana Lima, então uma jovem promessa). A matéria destacava como atletas negras, nordestinas e de origem humilde eram ignoradas pelos patrocinadores, apesar do excelente desempenho sobre as pranchas. A paulistana Claudia Gonçalves, "loira, 1,65m de altura e corpo de modelo", era apenas a 11ª colocada no ranking, mas recebia o apoio de duas grandes marcas. Luiz Henrique Sabóia, gerente de marketing de uma delas, defendia o investimento: "Claudinha é um bom produto porque, além de surfar bem, é gatíssima, vem de uma família bacana, é educada, inteligente e carismática".<sup>14</sup>

O esporte feminino ainda é subestimado em larga escala por imprensa, dirigentes e patrocinadores. Ávidos pela busca de métodos rápidos para lucrar com os jogos, estes agentes habituaram-se a recorrer à beleza das atletas para atrair a atenção do grande público. Ainda que nomes como Nadia Comaneci, Hortência e Serena Williams tenham surgido arrastando multidões de fãs pelo brilhantismo demonstrado em suas atividades, as tentativas de erotização pelos atributos físicos não cessam jamais. Este apelo à sensualidade passa um recado bem claro: um atleta de sucesso deve ser bom no que faz; uma atleta deve ser boa e bonita.

Assim como o surfe, o vôlei de praia é praticado em trajes menos volumosos e, por isso, também está mais sujeito às demandas da erotização. Às vésperas dos Jogos Olímpicos de 2012, a Federação Internacional de Vôlei anunciou que seria permitido às

---

<sup>13</sup> LIMA, Silvana. Eu também sou Brazilian Storm. Revista Hardcore, 2015. Entrevista concedida a Kátia Lessa. Disponível em: <[http://hardcore.uol.com.br/20299-entrevista\\_silvana\\_lima/](http://hardcore.uol.com.br/20299-entrevista_silvana_lima/)>. Acesso em: 13 de fevereiro de 2016.

<sup>14</sup> Contra a maré. Revista TPM, São Paulo, ano 2, n. 24, p. 80, ago. 2003. Disponível em: <[https://books.google.com.br/books?id=uWEEAAAAMBAJ&printsec=frontcover&hl=pt-BR&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.br/books?id=uWEEAAAAMBAJ&printsec=frontcover&hl=pt-BR&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)>. Acesso em: 13 de fevereiro de 2016.

atletas entrar em quadra vestindo tops e shorts compridos – medida tomada para atender as exigências de países mais religiosos. Como a previsão do tempo indicava que Londres teria atípicas jornadas de frio e chuva naquele verão, logo especulou-se que todas as atletas fossem aderir às novas indumentárias. Foi o bastante para criar uma comoção na mídia britânica. O tabloide *The Sun* logo lançou uma campanha implorando pelo uso dos biquínis e o tema virou o centro das atenções olímpicas.<sup>15</sup> Incomodadas com o desvio de foco, as jogadoras reclamaram da insistência dos repórteres no assunto, mas o sol resolveu aparecer no agosto londrino e todos saíram satisfeitos. Ao menos até as brasileiras Juliana e Larissa usarem as roupas "mais comportadas" na semifinal do torneio, para o descontentamento do jornalista Milton Neves (como veremos na página 40).

No futebol, onde as atletas sempre tiveram de conviver com acusações de "pouca feminilidade", não são poucos os esforços para tornar as partidas mais "atraentes". Os pedidos por um futebol feminino erotizado partem até de quem mais deveria se preocupar com a modalidade. Então presidente da FIFA, autoridade máxima do futebol, Joseph Blatter sugeriu em 2004 que as jogadoras usassem “shorts mais apertados” para aumentar a popularidade do esporte.<sup>16</sup> Já em 2015, o experiente cartola Marco Aurélio Cunha, recém-nomeado coordenador de futebol feminino da CBF (Confederação Brasileira de Futebol) defendeu uma tese curiosa para apostar no futuro do time de Marta e companhia.

As mulheres estão ficando mais bonitas, usando maquiagem. Elas vão a campo elegantes. O futebol feminino costumava copiar o masculino. Até mesmo o modelo das camisas era mais masculinizado. Costumávamos vestir as mulheres como homens. Então, faltava ao time o espírito de elegância e feminilidade. Agora, os shorts são um pouco mais curtos, e o estilo dos cabelos mais cuidadosos. Não são mais mulheres vestidas como homens. (CUNHA, 2015)<sup>17</sup>

Cunha baseou-se em uma importante conquista do futebol feminino (os uniformes próprios) para chegar à equivocada conclusão de que o crescimento do esporte passa pelo potencial estético das atletas. A declaração infeliz foi rebatida em excelente artigo da jornalista Lu Castro para o site Trivela.

<sup>15</sup> Pressão por biquínis abre polêmica e pontua expectativa pelo vôlei de praia em Londres. Portal UOL, 2012. Disponível em: <<http://olimpiadas.uol.com.br/noticias/redacao/2012/07/26/pressao-por-biquinis-abre-polemica-e-pontua-expectativa-pelo-volei-de-praia-em-londres.htm>>. Acesso em: 13 de fevereiro de 2016.

<sup>16</sup> Soccer chief's plan to boost women's game? Hotpants. The Guardian, 2004. Disponível em: <<http://www.theguardian.com/uk/2004/jan/16/football.gender>>. Acesso em: 13 de fevereiro de 2016.

<sup>17</sup> Marco A. Cunha cita 'beleza' como esperança para futebol feminino ganhar mais atenção. ESPN, 2015. Disponível em: <[http://espn.uol.com.br/noticia/518861\\_marco-a-cunha-cita-beleza-como-esperanca-para-futebol-feminino-ganhar-mais-atencao](http://espn.uol.com.br/noticia/518861_marco-a-cunha-cita-beleza-como-esperanca-para-futebol-feminino-ganhar-mais-atencao)>. Acesso em: 13 de fevereiro de 2016.

É obvio ululante que o corte do uniforme para a prática do futebol pelas mulheres tem que ser diferente. Aliás, o futebol praticado pelas mulheres é distinto por uma série de razões, e uma, que supera todas as outras, é a fisiologia. [...] Que ótimo que estão se preocupando com o uniforme das meninas. Sempre pedimos isso. As atletas pedem identidade. Cuidem das questões femininas que, em um grupo, no convívio, se tornam tão mais evidentes. Cuidem do uniforme, cuidem das chuteiras, cuidem do fisiológico, cuidem da preparação física, cuidem da psicologia, cuidem da alimentação, cuidem da saúde da atleta como se deve cuidar. Só não queiram transformar o futebol feminino em desfile, porque a igualdade no tratamento que todas nós queremos passa primordialmente pelo futebol. (CASTRO, 2015)<sup>18</sup>

Transformar o jogo em desfile foi exatamente o que tentou fazer a edição de março de 1997 da *Placar*. A capa da revista trazia quatro jogadoras de biquínis com as cores do Brasil, estampando "Gostasas!" em letras garrafais e prometendo reportar aos leitores quem eram "as deusas do futebol feminino". A matéria consiste em um breve texto seguido por quatro páginas apresentando as atletas, que se dividiam entre as quatro linhas e as carreiras como modelos e atrizes. Duas delas, Priscilla Ribeiro e Amanda Carreiro, jogavam pelo Fogatas, "equipe do Botafogo em que o talento com a bola no pé não é o único pré-requisito para admissão no time" (GARCIA, 1997, p.23).<sup>19</sup> À mesma época, a Federação Paulista de Futebol organizou um campeonato completamente baseado na beleza das participantes. O "Paulistana" tinha como intuito unir "o futebol à feminilidade" e, para tal, impôs algumas condições estéticas e etárias, como a proibição da inscrição de atletas de cabelos raspados e maiores de 23 anos (KNIJIK & VASCONCELLOS *apud* GOELLNER, 2005, p.147).

---

<sup>18</sup> CASTRO, Lu. Marco Aurélio Cunha, as jogadas é que precisam ser bonitas, não as jogadoras. Site Trivela, 2015. Disponível em: <<http://trivela.uol.com.br/marco-aurelio-cunha-as-jogadas-e-que-precisam-ser-bonitas-nao-as-jogadoras/>>. Acesso em: 13 de fevereiro de 2016.

<sup>19</sup> GARCIA, Sérgio. Top de bola. *Revista Placar*, São Paulo, n. 1125, p. 22-29, mar. 1997.

Figura 4 – Capa da revista Placar



Fonte: Revista Placar, mar. 1997.



Em casos mais extremos, campeonatos ao redor do mundo são organizados com a finalidade de entregar aos homens mais um tipo de entretenimento: mulheres praticando esportes seminuas. O *Lingerie Fighting Championships* consiste em uma luta de vale-tudo na qual as competidoras se digladiam vestindo roupas sensuais em uma jaula. Um espetáculo grotesco que ocorre em Las Vegas diante de plateias eufóricas. Também nos Estados Unidos surgiu o *Lingerie Bowl* – onde as atletas disputam partidas de futebol americano, obviamente, trajando *lingeries*. Apesar da truculência característica deste esporte, os contratos proíbem terminantemente o uso de vestimentas além das cedidas pela organização. O torneio tem o claro propósito de atrair o público via objetificação, mas a maioria das jogadoras têm interesse real no esporte que praticavam nos tempos de universidade. Sem uma liga profissional séria, o *Lingerie Bowl* acaba sendo a única saída para as atletas seguirem carreira.

Bem, sinceramente, eu não gosto [de usar o uniforme sensual]. Eu preferiria usar o uniforme completo. Porque, quando você cai, sua pele é literalmente arrancada. Eu adoraria mais roupa, mas ao mesmo tempo é como em qualquer outro esporte, os jogadores não podem escolher o uniforme. Sexo vende... é um negócio. Nós não recebemos a mesma atenção que os homens, então obviamente não são as jogadoras que fazem as escolhas. (GORMAN, 2012)<sup>20</sup>

### 3.3 A MULHER COMO ELEMENTO DECORATIVO

Elas estão sempre sorrindo, caminhando em grupo, atraindo os olhares do público e as lentes dos fotógrafos. Indiferentes aos constantes assobios, desfilam por entre veículos e mecânicos com firmeza, vestindo roupas justas cujo comprimento varia de acordo com o grau de sofisticação desejado por cada evento. Vistas como parte de uma tradição que já dura meio século, as *grid girls* são presenças tão certas quanto o ronco dos motores nas provas de automobilismo. Existindo basicamente para "embelezar" o ambiente, oferecem um perfeito exemplo da função decorativa da mulher no mundo dos esportes.

Claro que as *grid girls* desempenham algumas tarefas práticas. Exibem as placas que indicam as posições dos pilotos, seguram os guarda-sóis que garantem o conforto das

<sup>20</sup> Tradução do autor. "Well, honestly...I don't like it, I'd rather wear full clothing. Because when you fall, it literally rips your skin. I'd love more clothing, but at the same time like any sport, the players don't get to choose the uniform. Sex sells...It's a business. We don't get the same media as men... so it's obviously not the players that are choosing this". The Lingerie Football League – lets not pretend it's about sport. Blog Collective Shout, 2012. Disponível em: <[http://www.collectiveshout.org/the\\_lingerie\\_football\\_league\\_lets\\_not\\_pretend\\_it\\_s\\_about\\_sport](http://www.collectiveshout.org/the_lingerie_football_league_lets_not_pretend_it_s_about_sport)>. Acesso em: 13 de fevereiro de 2016.

equipes e aplaudem os vencedores no pódio – nada que outro funcionário qualquer não pudesse fazer. Não é difícil perceber que as meninas estão ali acima de tudo para agradar aos homens. Elas são treinadas para passar uma impressão de alegria e leveza, não importa o que aconteça. Ouvem gracinhas e desaforos do público ostentando um sorriso inabalável, cumprindo um papel de manifesta subserviência.

O fascínio por máquinas potentes, velocidade e agressividade é usualmente ligado ao universo masculino, sobretudo no sistema capitalista, no qual valores como competitividade e coragem são vistos como fundamentais na luta pelo poder. Percebendo os índices elevados de testosterona no automobilismo, marqueteiros começaram a usar modelos para estampar suas marcas em corridas dos anos 70 e logo a presença de mulheres alegadamente bonitas e gentis virou norma em todas as categorias – desde a multimilionária Fórmula 1, passando pela MotoGP até a brasileira Stock Car. O relato da repórter inglesa Beverley Turner sobre um incidente ocorrido enquanto trabalhava na F-1 diz muito sobre o machismo reinante no meio.

O piloto Eddie Irvine me mostrou seu charme no Grande Prêmio do Brasil quando o assunto chegou a uma amiga em comum, uma apresentadora alemã cujo contrato havia sido inesperadamente cancelado. "Ah, isso é uma pena", ele disse por trás dos óculos de sol espelhados. "Era bom ver sua bunda caminhando pelo *paddock*<sup>21</sup>". Eu presumi que ele estava sendo sarcástico. "Hmm..." Eu disse. "Também sentirei falta de conversar com ela". "Não, eu não vou sentir falta disso", ele disse, bem sério. "Ela apenas era bonita – ela só estava aqui para ser vista. É para isso que todas vocês estão aqui, só para serem vistas". Havia outros oito homens escutando sentados. Ninguém disse uma palavra, exceto Niki Lauda. Ele me olhou por baixo de seu boné de baseball e deu de ombros. "É um mundo de homens", ele disse. (TURNER, 2004)<sup>22</sup>

As mulheres são utilizadas como elemento decorativo em diversos esportes. No futebol, por exemplo, há a inexplicável necessidade de contratar modelos para entregar

<sup>21</sup> Área de um circuito automobilístico por onde circulam dirigentes, membros das equipes, jornalistas e convidados.

<sup>22</sup> Tradução do autor. "The driver Eddie Irvine turned his charms on me at the Brazilian Grand Prix when the conversation turned to a mutual friend, a German F1 presenter whose contract had been unexpectedly cancelled. 'Oh that's a shame,' he said from behind mirrored sunglasses. 'It was good watching her arse walk down the paddock.' I assumed he was being sarcastic. 'Hmm...' I said. 'I'll miss her conversation too'. 'No, I won't miss that', he said, quite seriously. 'She just looked good – she was just here to be looked at. That's all any of you are here for, just to be looked at.' There were eight other men sitting listening. Nobody said a word, except for Niki Lauda. He looked at me from beneath his baseball cap and shrugged. 'It's a man's world', he said". TURNER, Beverley. Exposed: the rampant sexism that defines the world of Formula One. Independent, 2004. Disponível em: <<http://www.independent.co.uk/sport/motor-racing/exposed-the-rampant-sexism-that-defines-the-world-of-formula-one-5355994.html>>. Acesso em: 13 de fevereiro de 2016.

troféus e medalhas em finais de campeonatos masculinos. O mesmo ocorre na realização de sorteios – exibindo eternos sorrisos complacentes enquanto reviram bolinhas dentro de um pote. Nas lutas, há o fenômeno das *ring girls*. Em qualquer lugar onde dois profissionais sejam pagos para trocar golpes, os intervalos têm como atração mulheres seminuas que adentram o ringue indicando o número do assalto seguinte. Aparentemente, ainda não ocorreu aos organizadores dos eventos a ideia de adquirir um placar eletrônico.

Nos Estados Unidos, as *cheerleaders* se tornaram parte da identidade nacional. O filme *Beleza Americana*, grande vencedor do Oscar em 1999, é um retrato sarcástico dos desejos libidinosos que uma menina e seu pom-pom podem despertar em um norte-americano médio. As *cheerleaders* são animadoras de torcida que apresentam coreografias coletivas repletas de piruetas e gritos de guerra com o objetivo de incentivar as equipes que representam. A prática alia uma atividade física intensa a um exercício de trabalho em grupo e é contemplada nas grades curriculares extraclasse de todo o país. Entre os profissionais, as *cheerleaders* estão presentes em todas as 30 equipes da NBA (Associação Norte-Americana de Basquete) e em 25 dos 32 times da NFL (Liga de Futebol Americano). Recentemente, diversas dançarinas entraram com processos contra os clubes, acusando as organizações multimilionárias de lhes pagar menos de um salário mínimo.<sup>23</sup> Questões trabalhistas à parte, o *cheerleading* também é questionado por relegar as meninas a um papel secundário de acessórios enquanto os rapazes fazem o trabalho "sério" em campo.

Elas [as *cheerleaders*] podem ser mulheres inteligentes e maravilhosas, mas só nos permitem julgá-las pela aparência, que se torna cada vez mais sensual na evolução do *cheerleading* nos Estados Unidos. Se *cheerleaders* são necessárias, porque não há nenhuma nos esportes femininos? (GERSTNER, 2013)<sup>24</sup>

A resposta para o questionamento da professora Gerstner parece clara: porque, dentro do ambiente de poder e glória criado para o atleta masculino, cada vez mais tratado como *superstar*, as mulheres entram como outro prêmio a ser conquistado. Uma lógica

---

<sup>23</sup> N.F.L. Cheerleaders' Wage Fight Gains Momentum. The New York Times, 2015. Disponível em: <[http://www.nytimes.com/2015/09/09/sports/a-wage-fight-gains-momentum.html?\\_r=0](http://www.nytimes.com/2015/09/09/sports/a-wage-fight-gains-momentum.html?_r=0)>. Acesso em: 13 de fevereiro de 2016.

<sup>24</sup> Tradução do autor. "They might be intelligent, grounded amazing women but we're solely left to judge them by the outside packaging, which is getting skimpier and skimpier as cheerleading evolves in the United States. If cheerleaders are necessary, why are there no cheerleaders for any women's sports?" MCGOWAN, Tom. NFL cheerleaders: Gratuitous sexism or all-American fun? CNN, 2013. Disponível em: <<http://edition.cnn.com/2013/10/25/sport/nfl-cheerleaders-minnesota-vikings-mvc/>>. Acesso em: 13 de fevereiro de 2016.

semelhante à explicada pelo gângster Tony Montana, em *Scarface* – “Primeiro você tem que ganhar o dinheiro. Depois você ganha o poder. E então você ganha as mulheres<sup>25</sup>”. Por incrível que pareça, esta ainda é a mentalidade predominante no mundo dos esportes. Mentalidade que acaba por contaminar também as redações esportivas.

---

<sup>25</sup> SCARFACE. Direção: Brian de Palma. Estados Unidos. 1983. 170 min, son., color.

#### 4 OBJETIFICAÇÃO NO JORNALISMO ESPORTIVO

Traçada uma breve contextualização acerca do jornalismo esportivo e da complicada inserção feminina nos esportes, é chegado o momento de entrar no tema principal. A proliferação da figura das "musas" nos noticiários esportivos, aliada ao menor espaço reservado a falar da prática das modalidades femininas, expõe a maneira objetificada com a qual as mulheres são retratadas pelos jornalistas deste segmento. A exaltação à atleta "gata", à bandeirinha "gostosa" e à namorada "sexy" de algum jogador hoje faz parte do cotidiano de veículos esportivos mundo afora.

No livro "O Mito da Beleza", uma das peças fundamentais da chamada terceira onda do feminismo, Naomi Wolf analisa o padrão estético a que as mulheres são incessantemente compelidas a almejar. Este bombardeio de informações a respeito de uma concepção de beleza é apontado como uma das principais formas de manutenção do poder do patriarcado em nosso tempo.

A beleza é um sistema monetário semelhante ao padrão ouro. Como qualquer sistema, ele é determinado pela política e, na era moderna no mundo ocidental, consiste no último e melhor conjunto de crenças a manter intacto o domínio masculino. [...] O mito da beleza não tem absolutamente nada a ver com as mulheres. Ele diz respeito às instituições masculinas e ao poder institucional dos homens. (WOLF, 1992, p.15-16)

Ao publicar diuturnamente conteúdos que reforçam a objetificação das mulheres e o "mito da beleza" apontado por Wolf, o jornalismo esportivo expõe o machismo latente em suas redações. Ao naturalizarem tais comportamentos sem uma autoanálise crítica, os profissionais da área terminam por participar da engrenagem opressora que resulta em índices alarmantes de violência contra a parcela feminina da população.

A objetificação/reificação e o slut shaming se articulam para a qualificação da mulher como uma "coisa" sexualmente disponível; e, como toda mulher é uma "vadia" em potencial, pode-se sempre partir do pressuposto de que a objetificação/reificação de nenhuma mulher é inteiramente injustificável. Daí, é claro, a legitimação do estupro — e a relutância do patriarcado em qualificar as vítimas da violência sexual como o que realmente são: vítimas. (MARQUES-SAMYN, 2012)<sup>26</sup>

---

<sup>26</sup> MARQUES-SAMYN, Henrique. Slut shaming, objetificação e legitimação do estupro. Blogueiras Feministas, 2012. Disponível em: <<http://blogueirasfeministas.com/2012/12/slut-shaming-objetificacao-elegitimacao-do-estupro>>. Acesso em: 13 de fevereiro de 2016.

Vamos a partir de agora, em cada um dos cinco próximos tópicos, a um apanhado de casos que escancaram machismo, misoginia e objetificação da mulher por parte dos jornalistas esportivos.

#### 4.1 ATLETAS

Após intensa pressão exercida pelo COI, o Comitê Olímpico Internacional, três países que até então contavam apenas com atletas homens enfim concordaram em enviar mulheres para os Jogos de Londres-2012: Arábia Saudita, Catar e Brunei. Com a decisão, pela primeira vez todas as 204 delegações teriam membros de ambos os sexos – um passo expressivo na longa caminhada pela igualdade de gênero nos esportes. Alguns veículos de imprensa celebravam as boas novas, definindo aquele como "O Ano da Mulher" nas Olimpíadas. "Tenho orgulho de dizer que o movimento olímpico está fazendo jus aos seus próprios ideais de *fair play* e respeito mútuo. Todos os esportes do programa têm mulheres e homens. Estou muito orgulhosa por termos chegado a um momento no qual todos os comitês olímpicos nacionais do mundo terão atletas femininas"<sup>27</sup>, declarou a ex-remadora e dirigente do COI Anita DeFrantz às vésperas dos Jogos.

Enquanto isso, a imprensa esportiva brasileira preparava seus batalhões de jornalistas para uma intensa cobertura durante as duas únicas semanas do quadriênio em que o futebol deixa de ser prioridade absoluta. Competições em tempo real, imagens, entrevistas, quadro de medalhas... a equipe da versão online do Globo Esporte realizou um árduo trabalho para tentar compensar a perda dos direitos televisivos de transmissão. Entre as atrações lançadas pelo site, uma seção dedicada exclusivamente ao esporte feminino: a "*Spice Girl* do dia". A novidade obviamente nada tinha a ver com o pioneirismo de sauditas, catarenses e bruneanas. Fazendo referência ao grupo pop britânico dos anos 1990, a coluna diária se ocupava apenas em destacar as atletas mais atraentes das Olimpíadas.

A primeira foi a alemã Julia Rohde, exaltada por competir no levantamento de peso "com o cabelo arrumado e o rosto maquiado". Graças a ela, segundo a matéria, "os

---

<sup>27</sup> Tradução do autor. "I'm proud to say that the Olympic movement is living up to its own ideals of fair play and mutual respect. All the sports on the program have women and men. I'm very proud where we are now that all the National Olympic Committees in the world will have women Olympians." DEFRANTZ, Anita. Olympics 2012: Year of the Woman. CBS News, 2012. Disponível em: <<http://www.cbsnews.com/news/olympics-2012-year-of-the-woman/>>. Acesso em: 13 de fevereiro de 2016.

marmanjos presentes no Complexo Excel ficaram de queixo caído”.<sup>28</sup> No dia seguinte foi a vez dos presentes “se encantarem” com a judoca Hedvig Karakas, que exibia “um sorriso cativante e a franja caindo no rosto, mesmo durante a luta”.<sup>29</sup> Na sequência, a nadadora Zsuzsanna Jakabos “deixou muitos torcedores babando” com “suas longas e cacheadas madeixas, os olhos verdes e o sorriso encantador”.<sup>30</sup> É curioso como os trechos citados terceirizam a objetificação. Há sempre supostos “marmanjos babando” na plateia, como se não fossem os próprios jornalistas os responsáveis pela minuciosa e constante avaliação estética das atletas. Pôde-se observar o mesmo quando a “*Spice Girl* do dia” foi a croata Antonija Misura: “A beleza da loura é tão evidente que ela consegue se destacar mesmo quando fica o jogo inteiro no banco de reservas, como na partida contra os Estados Unidos, na semana passada. Mas desta vez, para a felicidade geral do público presente, o técnico Stipe Bralic resolveu colocar a jogadora de 1,81m no jogo”.<sup>31</sup> É difícil imaginar que a entrada de uma jogadora bonita tenha gerado uma reação efusiva de torcedores que estavam ali para ver o melhor time de basquete feminino do mundo.

Outro traço comum entre as matérias da seção era a desvalorização dos resultados obtidos pelas mulheres. Performances frustrantes pouco significavam, já que a beleza lhes garantia a “honra” de serem as queridinhas da imprensa. Exemplos: “Nadine Broersen está virtualmente fora da briga por medalhas. [...] Em outro quesito, porém, a holandesa superou a maioria de suas adversárias com folgas”<sup>32</sup>; “a derrota para a sul-coreana Bo Bae Ki deixou (a mexicana Aída) Román com a prata, porém há uma disputa que ela dificilmente perde: a de beleza e charme”.<sup>33</sup> Até delegações inteiras aparentemente foram a Londres só para desfilar: “A República Tcheca é apenas o 29º país do quadro de medalhas,

<sup>28</sup> Spice girl do dia: alemã não perde o charme no levantamento de peso. Globoesporte.com, 2012. Disponível em: <<http://globoesporte.globo.com/olimpiadas/noticia/2012/07/spice-girl-do-dia-alema-nao-perde-o-charme-no-levantamento-de-peso.html>>. Acesso em: 13 de fevereiro de 2016.

<sup>29</sup> Spice girl do dia: algoz de Rafaela Silva, húngara esbanja carisma. Globoesporte.com, 2012. Disponível em: <<http://globoesporte.globo.com/olimpiadas/noticia/2012/07/spice-girl-do-dia-algoz-de-rafaela-silva-hungara-esbanja-carisma.html>>. Acesso em: 13 de fevereiro de 2016.

<sup>30</sup> Spice girl do dia: beldade húngara da natação 'tira o fôlego' em Londres. Globoesporte.com, 2012. Disponível em: <<http://globoesporte.globo.com/olimpiadas/noticia/2012/07/spice-girl-do-dia-beldade-hungara-da-natacao-tira-o-folego-em-londres.html>>. Acesso em: 13 de fevereiro de 2016.

<sup>31</sup> Spice girl do dia: armadora croata rouba a cena no basquete olímpico. Globoesporte.com, 2012. Disponível em: <<http://globoesporte.globo.com/olimpiadas/noticia/2012/08/spice-girl-do-dia-armadora-croata-rouba-cena-no-basquete-olimpico.html>>. Acesso em: 13 de fevereiro de 2016.

<sup>32</sup> Spice girl do dia: heptatleta holandesa supera adversárias no quesito beleza. Globoesporte.com, 2012. Disponível em: <<http://globoesporte.globo.com/olimpiadas/noticia/2012/08/spice-girl-do-dia-heptatleta-holandesa-supera-adversarias-no-quesito-beleza.html>>. Acesso em: 13 de fevereiro de 2016.

<sup>33</sup> Spice girl do dia: mexicana de olhos verdes rouba a cena no tiro com arco. Globoesporte.com, 2012. Disponível em: <<http://globoesporte.globo.com/olimpiadas/noticia/2012/08/spice-girl-do-dia-mexicana-de-olhos-verdes-rouba-cena-no-tiro-com-arco.html>>. Acesso em: 13 de fevereiro de 2016.

empatado com vários outros, mas no quesito beleza das suas atletas certamente luta pelas primeiras colocações”.<sup>34</sup> Se o Barão de Coubertin adotou a máxima "O importante é competir" como símbolo olímpico, a imprensa esportiva fez sua adaptação do lema. O importante é ser musa.

Figura 5 – Charge “A cobertura midiática”



Autor: Rafa (fonte: Blog Jornalismo B)

A objetificação das atletas nos últimos Jogos Olímpicos não se restringiu a um quadro diário. O mesmo Globo Esporte (como tantas outras páginas, no Brasil e no exterior) publicou diversas galerias de fotos das "beldades" durante as duas semanas de competição. Em uma delas, destacada pela página "Machismo Chato de Cada Dia", o título acabou explicitando a real intenção destas matérias: "Cardápio variado: veja as belas que roubaram a cena". Sim, a capa do portal mais acessado do país refere-se às melhores atletas

<sup>34</sup> Spice girl do dia: musa do vôlei de praia mostra talento e charme. Globoesporte.com, 2012. Disponível em: <<http://globoesporte.globo.com/olimpiadas/noticia/2012/08/spice-girl-do-dia-musa-do-volei-de-praia-mostra-talento-e-charme.html>>. Acesso em: 13 de fevereiro de 2016.



do mundo como um "cardápio" à disposição do freguês.<sup>35</sup> Outra manifestação descarada de machismo olímpico partiu do renomado jornalista Milton Neves, da Rede Bandeirantes. Após a derrota de Juliana e Larissa na semifinal do vôlei de praia, ele afirmou no Twitter que "as duas meninas do Brasil perderam porque tamparam de preto a coisa mais bonita virada para a lua que elas tinham para mostrar".<sup>36</sup> Ou seja, a eliminação não veio por motivos técnicos, mas porque as jogadoras usaram uma roupa apropriada para aquela noite fria e chuvosa de Londres. Afinal, para que serve o vôlei de praia sem mulheres de biquíni?

A imprensa encontra grande dificuldade em produzir algum conteúdo sobre a modalidade sem fazer observações sobre os corpos das atletas. Ainda nas Olimpíadas de 2012, a jogadora Liliana Fernández Steiner reclamou da objetificação: "Aqui o mais importante são os atletas. As pessoas deveriam dar mais valor à maneira que jogamos do que aos nossos biquínis". Ironicamente, a própria matéria que publicou a declaração ignora o apelo de Liliana e tem como título "Musas espanholas perdem na quadra, mas conquistam a arquibancada". No fim, ainda há espaço para uma declaração desdenhosa de um torcedor: "Elas até jogam direitinho, mas é verdade que a beleza delas nos dá um orgulho especial".<sup>37</sup> É fácil entender a irritação da espanhola. Basta jogar seu nome no Google para deparar-se com a página "*El culo de Liliana Fernández Steiner*"<sup>38</sup>, com mais de mil e quinhentos membros no Facebook. Desrespeito diariamente incentivado pela mídia.

O fenômeno da proliferação de atletas "beldades" não ocorre apenas nas Olimpíadas. Longe disso. Se a cobertura diária do esporte feminino muitas vezes deixa a desejar, os jornalistas esportivos estão sempre de olho na próxima a virar tema de uma galeria de fotos. É difícil encontrar o esporte que não tenha uma ou mais musas aclamadas pela imprensa. Vôlei (Jaqueline, Mari Paraíba), salto com vara (Yelena Isinbayeva), salto em distância (Darya Klishina), judô (Luana Pinheiro), ginástica olímpica (Jade Barbosa), nado sincronizado (Bia e Branca Feres), hóquei sobre a grama ("*Leonas*" da seleção

<sup>35</sup> Olimpíada do Machismo (parte 1). Machismo chato de cada dia, 2012. Disponível em: <<http://machismochatodecadadia.tumblr.com/post/28625561062/olimp%C3%ADada-do-machismo-parte-1>>. Acesso em: 13 de fevereiro de 2016.

<sup>36</sup> NEVES, Milton. Twitter, 2012. Disponível em: <<https://twitter.com/Miltonneves/status/232946463309717505>>. Acesso em: 13 de fevereiro de 2016.

<sup>37</sup> Musas espanholas perdem na quadra, mas conquistam a arquibancada. Globoesporte.com, 2012. Disponível em: <<http://globoesporte.globo.com/olimpiadas/noticia/2012/08/musas-espanholas-perdem-na-quadra-mas-conquistam-arquibancada.html>>. Acesso em: 13 de fevereiro de 2016.

<sup>38</sup> Facebook. Disponível em: <<https://www.facebook.com/EICuloDeLilianaFernandezSteiner>>. Acesso em: 13 de fevereiro de 2016.

argentina) etc. A lista é interminável. Sobre a questão das galerias (expediente muito utilizado para aumentar o número de pageviews dos portais, já que cada foto gera um clique), a jornalista Joana Bueno relatou, em entrevista ao autor, um episódio que ilustra o *modus operandi* das redações esportivas.

O maior exemplo de machismo que eu já presenciei trabalhando como jornalista esportiva – e foram muitos! – foi uma reunião de pauta sobre iniciativas a serem tomadas em um site no dia internacional da mulher. Uma das iniciativas era justamente uma galeria de atletas musas. No dia internacional da mulher! O dia em que a mulher deveria ser homenageada, valorizada, ela foi justamente objetificada mais uma vez, como em todos os outros dias. Ou seja, para esse meio de comunicação e seus editores, o dia internacional da mulher é, na verdade, para o homem, e não para a mulher. Iniciativas assim corroboram com o machismo. Entendo que uma galeria com atletas competentes mas nem sempre bonitas renda menos audiência que uma galeria apenas com atletas bonitas – e em fotos sempre sensuais –, mas são iniciativas assim que posicionam um veículo de comunicação como respeitoso, de qualidade, e que ajudam a combater o machismo tão presente na nossa sociedade – e ainda mais presente no ambiente esportivo. E isso vale muito mais que alguns cliques a mais. (BUENO, 2016)<sup>39</sup>

Como dito anteriormente neste capítulo, o futebol (masculino) é o protagonista das páginas brasileiras de esporte durante quase todo o tempo. As editorias dos chamados "esportes olímpicos" costumam ganhar algum espaço no momento das grandes competições de cada modalidade, figurando provisoriamente nas capas dos principais sites. E as musas são vistas como peça fundamental na tentativa de angariar audiência para estes eventos. O Mundial de Atletismo, por exemplo, que reúne o suprassumo de 26 modalidades, contou com quase dois mil atletas na edição de 2015, em Pequim. No entanto, mesmo com tantas possibilidades de histórias a serem contadas, a única notícia no portal da Globo sobre o Mundial na véspera da cerimônia de abertura convidava o leitor a conhecer "as belas do esporte"<sup>40</sup> que estariam em ação. A Globo não está sozinha. O

---

<sup>39</sup> Entrevista concedida ao autor em 15 fev. 2016.

<sup>40</sup> Mundial de Atletismo começa nesta sexta com belas do esporte. Globoesporte.com, 2015. Disponível em: <<http://globoesporte.globo.com/atletismo/fotos/2015/08/mundial-de-atletismo-comeca-nesta-sexta-feira-com-beldades-do-esporte.html>>. Acesso em: 13 de fevereiro de 2016.

mesmo fizeram a Bandeirantes no Mundial de Ginástica Artística<sup>41</sup>, o R7 no Mundial de Natação<sup>42</sup>, a ESPN no Mundial de Vôlei<sup>43</sup>, entre outros.

Do saibro à grama, o tênis é um dos terrenos mais prolíficos na criação de musas. Maria Sharapova e Caroline Wozniacki são as mais festejadas no momento, dificilmente noticiadas sem a presença de um adjetivo “elogioso” ao lado de seus nomes eslavos. Na virada do século, no entanto, a bola da vez era outra loira: Anna Kournikova. A tenista russa era uma das personalidades mais procuradas no Google<sup>44</sup>, fazia participações em filmes hollywoodianos, estampava dezenas de peças publicitárias. Uma delas, da marca de lingerie Berlei, anunciava um sutiã com os dizeres "Apenas a bola deve quicar". Em meio a essa febre, obviamente foi parar nas capas das revistas. A manchete da *Sports Illustrated* da primeira semana de junho de 2000, quando Kournikova completava 19 anos de vida, era sintomática: "Ela não vai ganhar o Aberto da França, mas quem se importa?"<sup>45</sup> De fato, a fama nada tinha a ver com os resultados esportivos de Kournikova, que chegaria no máximo ao oitavo posto no ranking mundial de simples.

A cobertura saturada da midiática Anna Kournikova confirmou que mulheres atletas que se encaixam na aparência feminina heterossexual ideal recebem mais atenção da mídia. Kournikova [...] confirmou seu *status* de ícone da mídia – retratada como uma espécie de Lolita dos esportes em uma cobertura repleta de insinuações sexuais, infantilização, dependência emocional (sic) e incursões voyeurísticas à sua vida privada. De um ponto de vista feminista liberal, sua cobertura nos jornais serviu para minar a legitimidade de todas as atletas, reforçando a comoditização e objetificação das atletas que se encaixam na definição estabelecida de feminilidade. [...] A excessiva natureza sexual da cobertura faz com que seja difícil enxergar como ela pode ter sido empoderada pela aparência

<sup>41</sup> Conheça as musas do Mundial de Ginástica Artística de 2015. Portal Band, 2015. Disponível em: <<http://esporte.band.uol.com.br/rio-2016/fotos/?id=1000010153&t=conheca-as-musas-do-mundial-de-ginastica-artistica-de-2015>>. Acesso em: 13 de fevereiro de 2016.

<sup>42</sup> Muita água na sua piscina! Veja as musas do Mundial de Doha. Portal R7, 2014. Disponível em: <<http://esportes.r7.com/esportes-olimpicos/fotos/muita-agua-na-sua-piscina-veja-as-musas-do-mundial-de-doha-09122014>>. Acesso em: 13 de fevereiro de 2016.

<sup>43</sup> Conheça dez musas do Mundial feminino de vôlei. Portal ESPN, 2014. Disponível em: <[http://espn.uol.com.br/fotos/442787\\_conheca-dez-musas-do-mundial-feminino-de-volei](http://espn.uol.com.br/fotos/442787_conheca-dez-musas-do-mundial-feminino-de-volei)>. Acesso em: 13 de fevereiro de 2016.

<sup>44</sup> Centro de Imprensa do Google, 2001. Disponível em: <<http://www.google.com/press/zeitgeist2001.html>>. Acesso em: 13 de fevereiro de 2016.

<sup>45</sup> Tradução do autor. “She Won’t Win The French Open, But Who Cares?”. DEFORD, Frank. She Won’t Win The French Open, But Who Cares? Anna Kournikova Is Living Proof That Even In This Age Of Supposed Enlightenment, A Hot Body Can Count As Much As A Good Backhand. *Sports Illustrated*, 2000. Disponível em: <<http://www.si.com/vault/2000/06/05/282062/she-wont-win-the-french-open-but-who-cares-anna-kournikova-is-living-proof-that-even-in-this-age-of-supposed-enlightenment-a-hot-body-can-count-as-much-as-a-good-backhand>>. Acesso em: 13 de fevereiro de 2016.

física, exceto em termos puramente financeiros, já que ela claramente não era levada a sério como atleta. (VINCENT, 2010, p.179)<sup>46</sup>

## 4.2 WAGs

Copa do Mundo de Futebol Masculino, 2006. A seleção da Inglaterra partiu confiante rumo à Alemanha, contando com um time recheado de estrelas para voltar a conquistar o mundo após quarenta anos. A concentração na pequena cidade de Baden-Baden prometia calma, mas um inesperado fenômeno afastou os jogadores do centro dos holofotes: boa parte da imprensa britânica que cobria o evento passou a seguir com entusiasmo a rotina de suas parceiras. As aventuras de mulheres como Victoria Beckham, Coleen Rooney e Cheryl Cole eventualmente repercutiam mais que as jogadas de seus amados David, Wayne e Ashley. Foi neste intenso e luxuoso verão germânico que o termo WAGs, acrônimo para *wives and girlfriends* (esposas e namoradas), entrou de vez para o vocabulário dos tabloides.

Enquanto seus homens ganham uma nota preta, as WAGs – como as esposas e namoradas são agora conhecidas – estão queimando um buraco em seus cartões de crédito *Platinum*. Em apenas uma hora na elegante cidade-spa de Baden-Baden, repleta de lindas boutiques, seis das mulheres detonaram 57 mil libras em roupas e sapatos. A quantia é maior do que a maioria das pessoas sonharia receber em um ano, mas é só um trocado para as companheiras de jogadores de futebol milionários. (GILL, 2006)<sup>47</sup>

---

<sup>46</sup> Tradução do autor. "The saturated coverage of the mediagenic Anna Kournikova confirmed that female athletes who either conform to or exaggerate idealized heterosexual feminine appearance receive the most media attention. Kournikova [...] confirmed her status as a media icon – portrayed as a kind of sporting Lolita in coverage replete with sexual innuendo, titillation, infantilization, emotional dependency, and voyeuristic and salacious incursions into her private life. From a liberal feminist perspective, her newspaper coverage served to undermine the legitimacy of all female athletes, reinforcing the commodification and objectification of female athletes who conformed to the accepted definition of femininity. [...] The overtly sexualized nature of the coverage makes it hard to see how she was empowered by her physical appearance, other than in purely financial terms, as she was clearly not taken seriously as an athlete". VINCENT, John. *Sporting Lolitas, Amazons, and Freaks: British Newspaper Portrayal of Female Tennis Players at Wimbledon*. In: FULLER, Linda K (Org.). *Sexual Sports Rhetoric: Global and Universal Contexts*, v. 1. Massachusetts, EUA: Peter Lang, 2010. p. 173-184.

<sup>47</sup> Tradução do autor. "For while their men earn a hefty crust, the WAGs – as the wives and girlfriends are now known – are burning a hole in their platinum credit cards. In just one hour in the genteel German spa town of Baden Baden, teeming with beautiful boutiques, six of the women blew £57,000 on clothes and shoes. The figure is more than most people could hope to earn in a year but for the partners of millionaire professional footballers, it's just pocket money". GILL, Charlotte. *WAGs £60,000 shopping spree boosts sleepy town*. Daily Mail, 2006. Disponível em: <<http://www.dailymail.co.uk/tvshowbiz/article-391509/WAGs-60-000-shopping-sprees-boosts-sleepy-town.html>>. Acesso em: 13 de fevereiro de 2016.

A matéria do *Daily Mail* deixa claro o estereótipo de uma WAG. Fútil, consumista, excessivamente preocupada com sua aparência. Sua existência, por definição, só pode ser pensada em relação ao seu parceiro, o provedor. Ainda que algumas tenham carreiras de sucesso, como a *spice girl* Victoria Beckham, elas são reduzidas a meros satélites na vida de um jogador de futebol quando retratadas como WAGs.

"Eu sempre quero parecer atraente e linda para ele. Eu faço o meu melhor para isso, para que ele tenha uma linda mulher quando chegar em casa". A declaração de Yolander Cabau, esposa do meia holandês Wesley Sneijder, dá sequência ao estereótipo ao resumir o que se espera de uma verdadeira WAG. Uma mulher "feminina, bonita, divertida, não muito complicada, domesticada (...) e que admira seu homem tanto quanto lhe ama". (CLAYTON & HARRIS *apud* CONIJN, 2013, p.17-18)<sup>48</sup>.

Quase dez anos após as extravagâncias de Baden-Baden, as WAGs estão longe de sair de moda. Pelo contrário, o interesse em publicar notas sobre os *affairs* dos atletas só cresceu e hoje está estabelecido como um segmento da imprensa esportiva. Basta, por exemplo, pausar a escrita e abrir a página de esportes do *The Sun*, periódico de maior circulação da Grã-Bretanha. Lá estão, entre notícias de escândalos na FIFA, crise no Manchester United e boatos sobre o estado de saúde de Michael Schumacher: "Qual matador da *Premier League* se deu bem com essa gata húngara?"<sup>49</sup>, "Qual estrela do Arsenal está novamente ficando com esta maravilha?"<sup>50</sup>. Ao lado das manchetes, naturalmente, encontram-se fotos das moças em questão, além de subtítulos exaltando os "feitos" dos jogadores com termos como *scored* e *bagged* (variações de algo como "pegou").

É claro que a oportunidade de ganhar mais cliques estampando mulheres seminuas não seria desperdiçada mundo afora. O fenômeno das WAGs ultrapassou as fronteiras britânicas e, mesmo sem o uso do acrônimo inglês, ganhou destaque no Brasil. Alguns exemplos de manchetes publicadas na última Copa do Mundo no Globo Esporte: "De vestido curto, namorada do meia Fàbregas, do Barça, exhibe boa forma"<sup>51</sup>; "De barriga de

---

<sup>48</sup> Tradução do autor. "Feminine, beautiful, funloving, not too much of a challenge, domesticated (...) and admires her man as much as she loves him". CONIJN, Annemieke. The representation of women and homosexuals in football. Standing offside? The dynamics of gender and sexuality in the football television show Voetbal International. 2013.

<sup>49</sup> *Homepage* da seção de esportes do jornal *The Sun*, 22 de dezembro de 2015.

<sup>50</sup> *Ibidem*.

<sup>51</sup> De vestido curto, namorada do meia Fàbregas, do Barça, exhibe boa forma. Globoesporte.com, 2014. Disponível em: <<http://globoesporte.globo.com/futebol/selecoes/espanha/noticia/2014/06/de-vestido-curto-namorada-do-meia-fabregas-do-barca-exibe-boa-forma.html>>. Acesso em: 13 de fevereiro de 2016.

fora, namorada de meia belga se despede do Rio de Janeiro”<sup>52</sup>; "Musa alemã, namorada de Schurrle passa o dia com o atacante”.<sup>53</sup> É fácil perceber que não basta namorar um jogador para "virar notícia". É preciso estar dentro dos padrões de beleza e ser clicada em fotos consideradas sensuais. Para fins ilustrativos, segue a seleção de WAGs da Copa montada pelo jornal catalão *Sport*.

Figura 6 – Seleção de WAGs da Copa



Fonte: Jornal *Sport*, 11 jun. 2014.

<sup>52</sup> De barriga de fora, namorada de meia belga se despede do Rio de Janeiro. Globoesporte.com, 2014. Disponível em: <<http://globoesporte.globo.com/blogs/especial-blog/blog-da-copa/post/de-barriga-de-fora-namorada-de-meia-belga-se-despede-do-rio-de-janeiro.html>>. Acesso em: 13 de fevereiro de 2016.

<sup>53</sup> Musa alemã, namorada de Schurrle passa o dia com o atacante. Globoesporte.com, 2014. Disponível em: <<http://globoesporte.globo.com/blogs/especial-blog/blog-da-copa/post/musa-alema-namorada-de-schurrle-passa-o-dia-com-o-atacante.html>>. Acesso em: 13 de fevereiro de 2016.

Outra barreira rapidamente superada foi a da modalidade. Parceiras de atletas de qualquer esporte estão na mira dos jornalistas. Durante a última etapa do Circuito Mundial de Surfe de 2015, uma foto de uma loira de biquíni era destaque na capa do portal da Globo: "Namoradas e esposas de surfistas roubam a cena em Pipeline".<sup>54</sup> O clique levava a uma galeria de treze fotos com as mulheres que "prometem despertar a atenção de fotógrafos e fãs" no Havaí. Exatamente as mesmas palavras foram utilizadas em matéria publicada um mês antes, desta vez exibindo imagens de esposas e namoradas dos pilotos de Fórmula-1<sup>55</sup>.

Curiosamente, no afã de encontrar novas "beldades", a imprensa esportiva chega a ir além das WAGs e a objetificação alcança até parentes de jogadores. A caçula de Johnny Mullins, um inexpressivo defensor da terceira divisão inglesa, foi aclamada "a irmã mais sexy do futebol"<sup>56</sup> em diversos países. Ainda mais estranho é o caso de Isabella Costa, irmã do zagueiro Demerson. Em 2013, quando o jogador defendia o Bahia, ela extravasou ao celebrar um gol beijando o escudo do clube nas arquibancadas. Para tal, levantou a camisa que vestia, deixando à mostra seu sutiã por uma fração de segundo. O momento foi registrado na transmissão da partida, logo causando um pequeno alvoroço nas redações. Abaixo de uma notinha intitulada "Irmã de zagueiro Demerson se empolga com segundo gol do Bahia no Mineirão"<sup>57</sup>, o Globo Esporte publicou o vídeo da comemoração e uma imagem com o *frame* exato do sutiã.

Mas voltemos às esposas, namoradas e amantes. Mais do que usar imagens de mulheres seminuas para elevar índices de audiência, o culto às WAGs está a serviço de uma ideia de sucesso. Para atingir o topo, não basta um jogador ser um grande artilheiro, conquistar a Taça Libertadores, a Liga dos Campeões ou a Copa do Mundo. Um craque deve comprar carros de luxo, ser fotografado em lanchas, exibir sua mansão em um programa de televisão. E, é claro, ter sempre ao seu lado a mulher-troféu. Em uma galeria de fotos com as "WAGs mais gostosas do futebol", o *New York Daily News* não disfarçou

---

<sup>54</sup> Namoradas e esposas de surfistas roubam a cena em Pipeline. Globoesporte.com, 2015. Disponível em: <<http://globoesporte.globo.com/radicais/surfe/fotos/2015/12/namoradas-e-esposas-de-surfistas-roubam-cena-em-pipeline.html>>. Acesso em: 13 de fevereiro de 2016.

<sup>55</sup> Fotos: nos bastidores, pilotos dividem a atenção com esposas e namoradas. Globoesporte.com, 2015. Disponível em: <<http://globoesporte.globo.com/motor/formula-1/noticia/2015/11/fotos-nos-bastidores-piloto-s-dividem-atencao-com-esposas-e-namoradas.html>>. Acesso em: 13 de fevereiro de 2016.

<sup>56</sup> Geena Mullins, a irmã mais sexy do futebol! A Bola, 2015. Disponível em: <<http://www.abola.pt/nnh/ver.aspx?id=580432>>. Acesso em: 13 de fevereiro de 2016.

<sup>57</sup> Irmã de zagueiro Demerson se empolga com segundo gol do Bahia no Mineirão. Globoesporte.com, 2013. Disponível em: <<http://globoesporte.globo.com/platb/meiodecampo/2013/12/01/torcedora-do-bahia-se-empolga-com-segundo-gol-no-mineirao/>>. Acesso em: 13 de fevereiro de 2016.

tal propósito na legenda de uma foto com o herói do tetracampeonato mundial alemão: "Mario Götze, que marcou o gol da vitória, manteve seus olhos no prêmio... e não estamos falando do desejado troféu da Copa do Mundo. O jogador de futebol imediatamente se agarrou à maravilhosa namorada Ann-Kathrin Brommel após o triunfo da Alemanha".<sup>58</sup>

O que é comum (na objetificação) é o impacto negativo na autoestima de meninas e mulheres. Ensina aos homens que as mulheres são objetos feitos para eles e que fracassar em adquirir uma linda mulher é fracassar como um homem. Faz parte de toda a cultura voltada para consumo e celebridades, constantemente nos dizendo que nossas vidas deveriam ser como as de atletas profissionais, estrelas de cinema, da música e de CEOs. (JEAN-PIERRE, 2014)<sup>59</sup>

#### 4.3 BANDEIRINHAS

Em matéria publicada no último mês de dezembro, o UOL Esporte perguntou a um grupo de mulheres fanáticas por futebol quais formas de machismo elas já enfrentaram na condição de torcedoras. Entre relatos majoritários de assédio e desrespeito, outra reclamação foi recorrente: a insistência dos homens na velha brincadeira sobre a regra do impedimento. Foi o que destacou a publicitária palmeirense Núbia Tavares:

São sempre piadinhas, tititi, nada direto, meio implícito, mas totalmente perceptível. Ninguém parece te levar a sério até você provar que não está ali "atrás de macho". Isso sem contar as 900 mil vezes em que você tem que responder à pergunta idiota: "você sabe a regra do impedimento?" Nada pode ser mais ridículo e irritante para uma mulher que gosta de futebol. (TAVARES, 2015)<sup>60</sup>

Desde que as regras do futebol moderno foram implementadas, em 1863, as mulheres superaram a função do lar, da enfermagem e do trabalho braçal para ganhar o mundo. Tornaram-se médicas, astronautas, engenheiras, chefes de Estado. Ainda assim, o

<sup>58</sup> Tradução do autor. "Germany's Mario Gotze, who scored the game-winning goal, kept his eyes on the prize... and we're not talking about the coveted World Cup trophy. The soccer player immediately cozied up with stunning girlfriend Ann-Kathrin Brommel following Germany's win". The hottest WAGs of soccer. New York Daily News, 2014. Disponível em: <<http://www.nydailynews.com/sports/hottest-wags-world-cup-gallery-1.1812621?pmSlide=1.1865880>>. Acesso em: 13 de fevereiro de 2016.

<sup>59</sup> JEAN-PIERRE, Sherley. The Ultimate Trophy: What the Phenomenon of Sports WAGS tells us about Sexism, Race and Beauty. Blog I Am Sherley Fierce, 2014. Disponível em: <<http://iamsherleyfierce.com/2014/08/18/the-ultimate-trophy-what-the-phenomenon-of-sports-wags-tells-us-about-sexism-race-and-beauty/>>. Acesso em: 13 de fevereiro de 2016.

<sup>60</sup> Assédio e provocações. Torcedoras comentam o machismo no futebol. Portal UOL, 2015. Disponível em: <<http://esporte.uol.com.br/futebol/listas/assedio-e-provocacoes-torcedoras-comentam-o-machismo-no-futebol.htm>>. Acesso em: 13 de fevereiro de 2016.



imaginário coletivo futebolístico insiste na tese de que elas não são capazes de entender o banal décimo primeiro artigo das regras do jogo. A máxima "mulher não sabe o que é impedimento" é tão enraizada entre o público masculino que se tornou um importante terreno simbólico na luta por igualdade de gênero no esporte.

Não é de se espantar que as reações machistas fossem virulentas no momento em que surgiram as primeiras "bandeirinhas". Ora, os auxiliares de arbitragem que correm pelas laterais do campo têm como atribuição principal justamente denunciar os jogadores impedidos. Que irresponsabilidade deixar a cargo de uma mulher a verificação de uma regra que ela jamais será capaz de compreender! Era esta a linha de raciocínio que o jornalista Richard Keys e o ex-jogador Andy Gray seguiam quando conversavam antes de uma transmissão do Campeonato Inglês 2010/11, sem perceberem que o áudio estava "vazando" ao vivo.

(Keys) – É bom alguém ir lá e explicar o impedimento para ela.

(Gray) – Eu sei. Você pode acreditar? Uma bandeirinha mulher. É o que estou dizendo, mulheres não conhecem a regra do impedimento.

(Keys) – Claro que não sabem. Esta não é a primeira vez, é? Já não tivemos uma antes?

(Gray) – Sim. Wendy Toms ou algo do tipo.

(Keys) – Argh... O futebol enlouqueceu.<sup>61</sup>

O diálogo sexista tornou-se o assunto da semana no Reino Unido e os dois acabaram demitidos da *Sky Sports*. Sian Messey, alvo dos comentários ácidos da dupla, ganhou elogios por validar um gol milimétrico de Fernando Torres naquele que era apenas seu segundo jogo de primeira divisão. Ela consolidou-se como uma das raras auxiliares no futebol do país (são apenas três).

Mas é claro que as bandeirinhas recebem uma pressão descomunal quando erram. Qualquer apaixonado por futebol carrega na memória a mágoa de impedimentos mal marcados contra seu time de coração. Alguns destes lances podem mudar para sempre a história dos clubes, como o gol marcado pelo Botafogo sobre o Santos na final do Campeonato Brasileiro de 1995. Bandeirinhas erram – e muito –, faz parte do jogo. No

---

<sup>61</sup> Tradução do autor. "(Keys) 'Somebody had better get down there and explain offside to her'. (Gray) 'Yeah I know. Can you believe that? A female linesman. That's exactly why I was saying... women don't know the offside rule'. (Keys) 'Of course they don't. This is not the first time, is it? Didn't we have one before?'. (Gray) 'Yeah. Wendy Toms or someone like that yeah'. (Keys) 'Urrghh. The game's gone mad'". Andy Grey and Richard Keys sexism row. Youtube. Disponível em: <[https://www.youtube.com/watch?v=cbjhNlq\\_5zI](https://www.youtube.com/watch?v=cbjhNlq_5zI)>. Acesso em: 13 de fevereiro de 2016.

entanto, cada polêmica envolvendo uma assistente traz consigo um questionamento não apenas sobre o lance, mas sobre a capacidade de uma mulher em exercer a função. Foi o que ocorreu com Nadine Camara Bastos, que anulou um gol regular do Avaí sobre o Corinthians no último "Brasileirão". O lance era de extrema dificuldade, mas o apresentador João Carlos Albuquerque, da ESPN Brasil, enxergou ali uma questão de gênero.

A moça ali da bandeira, se vai tudo normal, lançamento, dá tempo de pensar e tal. [...] Agora, se é um lance assim, de um cara meio na frente... bandeirinha homem erra também, mas eu acho que as mulheres vão errar quase sempre ou sempre se é uma coisa de difícil interpretação. [...] Longe de mim querer falar mal das mulheres. Olha, eu adoro mulher e árvore. O planeta sem mulher e sem árvore seria um tédio, uma guerra, uma tragédia. (ALBUQUERQUE, 2015)<sup>62</sup>

No início dos anos 2000, Silvia Regina ganhou notoriedade como a primeira mulher a apitar jogos de futebol masculino no Brasil. O jogo entre Guarani e São Paulo foi o primeiro no país a ser inteiramente comandado por árbitras, com Silvia sendo auxiliada por Aline Lambert e Ana Paula Oliveira. Esta, sendo a que mais chamou a atenção dos homens no sentido estético, rapidamente ganhou os noticiários. Se, por um lado, a novidade incomodava o público masculino pela descrença na aptidão feminina, por outro agradava a ascensão da mais nova categoria de “musas” do esporte.

“Árbitras de futebol ganham uniforme sensual”<sup>63</sup>, celebrava a manchete do portal Terra no fim de 2005. "Desenvolvidos pela empresa de material esportivo Penalty, as camisetas justas e o short-saia realçam as curvas do corpo feminino." Destacando que o short-saia garantia "a feminilidade das profissionais", a matéria já se referia a Ana Paula de Oliveira como "musa do futebol nacional". Suas atuações lhe credenciaram a disputa de uma vaga na Copa do Mundo de 2006, mas no ano seguinte uma atuação controversa em uma partida decisiva entre Botafogo e Figueirense gerou reações desproporcionais de dirigentes e ela foi afastada da função. Meses depois, Ana Paula viria a aceitar um convite para posar nua na revista *Playboy* e sua aventura nos gramados terminaria de vez.

<sup>62</sup> Apresentador da ESPN dá declaração polêmica sobre bandeirinha mulher. MidiaNews, 2015. Disponível em: <<http://www.midianews.com.br/conteudo.php?sid=6&cid=240209>>. Acesso em: 13 de fevereiro de 2016.

<sup>63</sup> Árbitras de futebol ganham uniforme sensual. Portal Terra, 2005. Disponível em: <<http://esportes.terra.com.br/interna/0,,OI806993-EI1834,00-Arbitras+de+futebol+ganham+uniforme+sensual.html>>. Acesso em: 13 de fevereiro de 2016.

Ao aparecer na capa da revista masculina, Ana Paula de Oliveira acidentalmente ampliou o leque de dificuldades para as bandeirinhas que viriam a seguir. Parte da opinião pública passou a julgar as assistentes como oportunistas em busca de um trampolim para a fama, especialmente as retratadas como "musas" na imprensa. Foi o que ocorreu com Fernanda Uliana Colombo. A catarinense tornou-se *habitué* nas capas dos sites esportivos nos primeiros meses de 2014, liderando uma festejada geração de "bandeirinhas gatas". No dia 12 de maio, o Jornal Extra publicou uma nota intitulada "Bandeirinha musa, Fernanda Colombo é clicada em pose indiscreta em clássico mineiro"<sup>64</sup>, destacando seu "corpo escultural, os lindos olhos azuis e o cabelo liso e loiro". Foi justamente nesta partida que a auxiliar viveu o momento mais conturbado de sua carreira.

Essa bandeira é bonitinha, mas não está preparada. Os caras gritam, e ela erra. Provavelmente ela vai ganhar de presente outro clássico na semana que vem. Ela é bonitinha, mas tem que ser boa de serviço. O erro dela foi muito anormal. Se é bonitinha, que vá posar para a Playboy, não trabalhar com futebol. (MATTOS, 2014)<sup>65</sup>

As duras críticas partiram de um dos mais renomados diretores de futebol do país, Alexandre Mattos, inconformado com a atuação de Fernanda na derrota do seu Cruzeiro para o Atlético Mineiro, em maio de 2014. Alguns dias antes, a bandeirinha já havia sido contestada pelo técnico do São Paulo, Muricy Ramalho: "Ela é bonita, mas errou muito"<sup>66</sup>. Mais uma vez, a avaliação de sua performance foi diretamente ligada à sua aparência.

O ataque de Mattos gerou uma série de críticas nas páginas esportivas. Uma coluna na revista Placar afirmou que "o infeliz comentário só reforça o machismo descarado do futebol"<sup>67</sup>. Quando o dirigente foi agraciado com o título de melhor executivo do futebol brasileiro, o UOL Esporte carregou nas tintas: "Cartola de comentário machista contra

<sup>64</sup> Bandeirinha musa, Fernanda Colombo é clicada em pose indiscreta em clássico mineiro. Extra, 2014. Disponível em: <<http://extra.globo.com/esporte/bandeirinha-musa-fernanda-colombo-clicada-em-pose-indiscreta-em-classico-mineiro-12456154.html>>. Acesso em: 13 de fevereiro de 2016.

<sup>65</sup> Bandeira musa erra feio e irrita jogadores e dirigentes do Cruzeiro. Globoesporte.com, 2014. Disponível em: <<http://globoesporte.globo.com/mg/noticia/2014/05/bandeira-musa-erra-feio-e-irrita-jogadores-e-dirigentes-do-cruzeiro.html>>. Acesso em: 13 de fevereiro de 2016.

<sup>66</sup> Muricy elogia beleza da auxiliar, mas critica atuação: "É bonita, mas errou". Globoesporte.com, 2014. Disponível em: <<http://globoesporte.globo.com/futebol/copa-do-brasil/noticia/2014/05/musa-da-arbitragem-e-atracao-parte-em-jogo-no-pacaembu.html>>. Acesso em: 13 de fevereiro de 2016.

<sup>67</sup> O impedimento da mulher. Placar, 2014. Disponível em: <<http://placar.abril.com.br/blogs/bololo-mineiros/2014/05/12/o-impedimento-da-mulher/>>. Acesso em: 13 de fevereiro de 2016.

bandeirinha ganha prêmio”.<sup>68</sup> A revista Marie Claire, do Grupo Globo, também entrou no assunto, denunciando o preconceito sofrido pela catarinense.

A bandeirinha credita muito da polêmica à sua beleza. “Fui crucificada por ser bonita”. Ela conta que nunca tinha sentido o machismo no futebol, mas percebeu que ele realmente acontece. “Sempre me respeitaram muito, mas existe preconceito, sim”. Ela gostaria que seu caso servisse de forma positiva para outras mulheres que também se sentem prejudicadas no trabalho por causa do machismo. (SALOMÃO, 2014)<sup>69</sup>

É uma grata surpresa constatar que a verborragia sexista do dirigente não passou incólume por boa parcela da mídia. No entanto, tal postura gera estranheza a um olhar mais atento. Não são os mesmos veículos de imprensa que diuturnamente objetificam as mulheres em suas manchetes? Parece óbvio que a sugestão de ensaio sensual para a bandeirinha pertence à mesma engrenagem que a denomina "musa", "linda", "beldade" etc. A natureza das redações é complexa e multifacetada, dificilmente haverá uma unidade de pensamento. Por isso, não chega a ser o caso de acusar as matérias citadas acima como "hipócritas". Mas há, no mínimo, uma miopia editorial, uma falta de análise crítica em relação ao próprio conteúdo publicado. Ou uma percepção da objetificação como um mal menor ou necessário.

#### 4.4 CONCURSOS DE MUSAS

"A Miss Universo 2015 é... Colômbia!" O anúncio do mestre de cerimônias Steve Harvey levou a modelo Ariadna Gutiérrez às lágrimas enquanto uma música eletrônica e um show de luzes invadiam o salão em Las Vegas. Acenando emocionada para a plateia, Ariadna recebeu uma coroa prateada, um arranjo de flores e uma faixa de campeã. Era o início de seu efêmero reinado como mulher mais bonita do mundo. Dois minutos mais tarde, Harvey voltou ao palco para anunciar que havia cometido um grave erro de leitura: a vencedora era, na verdade, a candidata das Filipinas. Incrédula, a nova Miss Universo foi buscar a coroa retirada da colombiana em um dos episódios mais constrangedores já

<sup>68</sup> Cartola de comentário machista contra bandeirinha ganha prêmio. Portal UOL, 2014. Disponível em: <<http://esporte.uol.com.br/futebol/ultimas-noticias/2014/05/14/cartola-de-comentario-machista-contrabandeirinha-ganha-premio-saiba-qual.htm>>. Acesso em: 13 de fevereiro de 2016.

<sup>69</sup> Fernanda Colombo diz que pensa em processar dirigente do Cruzeiro: “Há preconceito no futebol sim”. Marie Claire, 2014. Disponível em: <<http://revistamarieclaire.globo.com/Comportamento/noticia/2014/05/fernanda-colombo-diz-que-pensa-em-processar-dirigente-do-cruzeiro-ha-preconceito-no-futebol-sim.html>>. Acesso em: 13 de fevereiro de 2016.

transmitidos pela televisão. Em meio ao frisson instantâneo causado pela gafe, a colunista Jessica Valenti levantou um ponto interessante: o que naquela noite foi realmente constrangedor?

O fato de Harvey não conseguir distinguir uma mulher bonita da outra é quase poético, porque em concursos como o Miss Universo, Miss America ou Miss USA, mulheres não são indivíduos. Elas são meros símbolos – sem nome além do estado ou país que representam. É a máxima exposição de mulheres como seres substituíveis, competindo pelo direito de ser o objeto mais brilhante da sala. Os concursos são um antiquado lembrete exatamente do que não queremos para as mulheres e eles não devem ter lugar no nosso futuro. (VALENTI, 2015)<sup>70</sup>

"Antiquado" é uma boa palavra para descrever os concursos de beleza. É impossível não se sentir uma espécie de Marty McFly novamente transportado a 1955 ao ligar a TV e se deparar com um homem bem vestido discursando em frente a uma fileira de mulheres em trajes de banho. Como nos piores (e resistentes) programas de auditório, as candidatas a miss são eternamente comportadas e mantêm um sorriso inabalável durante horas a fio. A função decorativa em estado puro, mas neste caso com o propósito de eleger um troféu dentre os troféus.

Remeto aos anos 50 porque estes concursos viveram seu auge exatamente no período pós-guerra. A edição de 1960 do Miss America, por exemplo, atingiu uma audiência de 85 milhões de espectadores nos Estados Unidos. Mas era o começo de uma década que ficaria marcada por revoluções comportamentais, agitação nas ruas e movimentos por direitos civis. Não é de se espantar que um dos momentos mais marcantes da segunda onda do feminismo tenha sido justamente um protesto contra o Miss America, em 1968. Aproximadamente 400 membros de um grupo chamado Mulheres Radicais de Nova Iorque (NYRW) aproveitaram a ocasião para mostrar o descontentamento com o que julgavam ser um símbolo da opressão à qual estavam diariamente submetidas. Carol Hanisch, uma das presentes naquela tarde em Atlantic City, lembrou suas motivações em um livro de memórias.

---

<sup>70</sup> Tradução do author. "That Harvey couldn't distinguish one pretty woman for another is almost poetic, because in pageants like Miss Universe, Miss America and Miss USA, women aren't individuals anyway. They're literal symbols – unnamed besides the state or country they're there to represent. It's the ultimate display of women as interchangeable, vying for the right to be the shiniest object in the room. The contests are an antiquated reminder of exactly what we don't want for women, and they should have no place in our future". VALENTI, Jessica. Beauty pageants are embarrassing – even if you name the right winner. The Guardian, 2015. Disponível em: <[http://www.theguardian.com/commentisfree/2015/dec/22/beauty-pageants-embarrassing-even-if-name-right-winner-miss-universe?CMP=fb\\_gu](http://www.theguardian.com/commentisfree/2015/dec/22/beauty-pageants-embarrassing-even-if-name-right-winner-miss-universe?CMP=fb_gu)>. Acesso em: 13 de fevereiro de 2016.

[...] E aqui estava este ícone americano – o concurso de Miss America – dizendo às mulheres que aparência devem ter, o que vestir, como vestir, como andar, como falar, o que dizer (e o que não dizer) para serem consideradas atraentes. Em resumo: pareçam lindas (não importa o quanto custe em tempo e dinheiro), sorriam (não importa o que estejam sentindo) e não arrumem encrenca. [...] Como Ros Baxandall afirmaria mais tarde no programa de David Susskind, "todo dia na vida de uma mulher é um concurso de Miss America ambulante". Parecia que a encrenca estava começando! (HANISCH, 2007, p.198)

Apesar da reação hostil da maioria dos transeuntes – que gritavam coisas como "Vocês são um bando de lésbicas!", "Voltem para a Rússia!" –, o protesto foi um sucesso no sentido de ampliar o debate sobre o papel da mulher na sociedade norte-americana. No entanto, grande parte da mídia e da opinião pública ridicularizariam o movimento, tachando as manifestantes de "queimadoras de sutiã" invejosas, mesmo sem nenhuma roupa íntima ter sido chamuscada no evento. A efervescência política diminuiu a partir de meados dos anos 70, o feminismo passou por um processo sistemático de demonização e os concursos de miss chegaram, ainda que sem a mesma relevância, ilesos ao século XXI.

Concursos com mulheres seminuas naturalmente também encontram abrigo no jornalismo esportivo. Esta versão mantém a lógica das participantes como símbolo da beleza de uma comunidade. A diferença é que aqui trocam-se estados e países por times de futebol. Ano após ano, sucedem-se disputas pelo título de "torcedora-musa" de cada equipe de expressão do futebol brasileiro. Com as moças devidamente selecionadas, chega a hora de eleger a grande musa do ano em concursos promovidos pelos principais sites esportivos do país: "Belas da Torcida", do UOL, e "Musa do Brasileirão", do Globo Esporte, são dois exemplos.

A competição promovida pela Globo teve início em 2006 e foi disputada até 2013, sem a emissora se pronunciar sobre a descontinuação ou sobre um possível retorno nas próximas temporadas. As duas primeiras edições foram realizadas apenas pela internet, mas a partir de 2008 uma parceria levou o "Musa do Brasileirão" para o Caldeirão do Huck, na TV Globo, onde obteve grande destaque. A primeira etapa consistia em uma votação online para eleger as quatro finalistas dentre vinte concorrentes, cada uma representando uma equipe da Série A do Campeonato Brasileiro daquele ano. Para tal, bastava o internauta acessar as galerias de fotos da musa de cada clube (invariavelmente trajando biquínis e fazendo poses sensuais) e escolher suas preferidas.

Antes de atingir o objetivo final, as candidatas passavam por diversos tipos de testes. Algumas provas faziam o público lembrar que o concurso tem o futebol como pano de fundo, como um *quiz* sobre os respectivos times ou um desafio de narração um gol. Outras eram menos ortodoxas. A prova final de 2011 foi uma dança de pole dance no palco do Caldeirão. Antes, as moças já haviam passado por uma sessão de *striptease*<sup>71</sup> e até por um "campeonato de melhor gemido".<sup>72</sup> O "Musa do Brasileirão" foi um sucesso de audiência e acabou por lançar diversas "celebridades", como as "panicats" Nicole Bahls e Renata Molinaro, as apresentadoras esportivas Melissa Garcia e Lucilene Caetano, entre outras.

O "Belas da Torcida", do UOL Esporte, segue um esquema similar. São dezenas de ensaios fotográficos com representantes de cada clube, sempre vestindo biquínis e "sensualizando" para a câmera. A premiação de 2015 foi aberta ao público e ocorreu em um teatro de São Paulo, com João Kleber como apresentador e show do rapper MC Guimê, entre outras atrações<sup>73</sup>. Lá, as oito finalistas desfilaram e conversaram com os jurados. Após dizer que não estava em um relacionamento sério no momento, a candidata do Vitória ouviu de um deles: "Por que você está solteira? Você que é gostosa, bonita, tem voz de telessexo, um corpo escultural e um cabelo hidratado, sem chapinha".<sup>74</sup> As inscrições para a edição de 2016 foram abertas no sexto dia do ano.

Além da evidente objetificação e hiperssexualização das mulheres nos concursos citados acima, outro aspecto a ser notado é a padronização da beleza. Dentre as sessenta mulheres que disputaram as últimas três edições da "Musa do Brasileirão", apenas duas eram negras: Taiana Vasconcelos (Ceará/2011) e Veronica Bolani (Portuguesa/2013). Um texto da blogueira Mara Gomes aborda o assunto ao questionar a predominância de negras no papel de "Globeleza", a rainha do carnaval da TV Globo, enquanto são ignoradas em

---

<sup>71</sup> Candidatas a Musa mostram sensualidade em strip-tease na praia. GShow, 2011. Disponível em: <<http://gshow.globo.com/programas/caldeirao-do-huck/musa-do-brasileirao/noticia/2011/11/candidatas-musa-mostram-sensualidade-em-strip-tease-na-praia.html>>. Acesso em: 13 de fevereiro de 2016.

<sup>72</sup> Candidatas a Musa do Brasileirão 2011 disputam quem tem o melhor gemido. GShow, 2011. Disponível em: <<http://gshow.globo.com/programas/caldeirao-do-huck/musa-do-brasileirao/noticia/2011/11/candidatas-musa-do-brasileirao-2011-disputam-quem-tem-o-melhor-gemido.html>>. Acesso em: 13 de fevereiro de 2016.

<sup>73</sup> Ingressos das Belas estão à venda; evento tem João Kléber como apresentador. Portal UOL, 2015. Disponível em: <<http://esporte.uol.com.br/futebol/ultimas-noticias/2015/09/18/ingressos-das-belas-da-torcida-estao-a-venda-evento-contara-com-5-jurados.htm#fotoNav=269>>. Acesso em: 13 de fevereiro de 2016.

<sup>74</sup> Belas da Torcida 2015. Youtube. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=BPHyb4X1RZM>>. Acesso em: 13 de fevereiro de 2016.

outros concursos. Segundo ela, a mulher negra é tratada como "um *souvenir* que o turista vem buscar no carnaval".<sup>75</sup>

O mais problemático é que usam essa imagem do negro na televisão tentando nos enganar como se nos aceitassem, que estão nos colocando na televisão por boa vontade, que a mulher que está nessa situação "escolheu isso deliberadamente". Mas esquecem de informar que nos concursos de beleza como Garota Fantástica, Musa do Brasileirão, Musa do Caldeirão [...] da mesma emissora, igualmente machistas e estúpidos, que representam a beleza padrão, não apresentavam nenhuma mulher negra entre as concorrentes. Por que será? Simplesmente porque a mulher negra não representa a beleza padrão, ela representa o sexo, o selvagem, o folclórico. (GOMES, M., 2014)<sup>76</sup>

Curiosamente, um dos maiores fenômenos globais no quesito "musa do esporte" surgiu na única Copa do Mundo realizada na África, em 2010. O primeiro Mundial da era do Twitter foi terreno fértil para o surgimento de conteúdos "virais" na internet. Foi o caso do polvo Paul, um molusco que alcançou popularidade global por prever os resultados dos jogos daquela competição. Nesta atmosfera surreal começaram a pipocar fotos de uma paraguaia torcendo pela sua seleção com um celular entre os seios. Era Larissa Riquelme, instantaneamente celebrada pela imprensa internacional como "a namorada do Mundial". O Paraguai acabou eliminado pela Espanha nas quartas de final de maneira dramática, mas a fama da jovem sobreviveu ao pênalti perdido por Cardozo e seu nome virou sinônimo de "musa" na imprensa esportiva. Tanto que o programa Jogando em Casa, da TV Esporte Interativo, lançou um quadro semanal intitulado "Minuto Larissa Riquelme".<sup>77</sup> Nele, entre elogios e piadinhas, os jornalistas apresentavam uma sequência de imagens de alguma mulher seminua.

Na última Copa, disputada no Brasil, teve sequência a busca incansável por "beldades" entre as torcedoras. O Esporte Fantástico, da Rede Record, lançou um concurso chamado "Gatas da Copa do Mundo"<sup>78</sup>, para citar apenas um. A Fox Sports publicou recentemente uma galeria de fotos da modelo Anastasiya Kvitko, anunciando que "a Musa

<sup>75</sup> Bem vindos ao Brasil colonial: a mula, a mulata e a Sheron Menezes. GOMES, Mara. Blogueiras Negras, 2014. Disponível em: <<http://blogueirasnegras.org/2014/01/02/vindos-brasil-colonial-mula-mulata-sheron-menezes/>>. Acesso em: 13 de fevereiro de 2016.

<sup>76</sup> *Ibidem*.

<sup>77</sup> 10 beldades num Minuto Larissa Riquelme coletivo!. Youtube. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=96ChjolSFx0>>. Acesso em: 13 de fevereiro de 2016.

<sup>78</sup> Batendo um bolão! Candidatas ao Gatas da Copa fazem embaixadinha de biquíni. Portal R7, 2014. Disponível em: <<http://entretenimento.r7.com/mulher/moda-e-beleza/fotos/batendo-um-bolao-candidatas-ao-gatas-da-copa-fazem-embaixadinha-de-biquini-02042014#!/foto/1>>. Acesso em: 13 de fevereiro de 2016.



da Copa de 2018 dá show com decote”<sup>79</sup> – faltam dois anos e meio para a bola rolar na Rússia. Seja de maneira organizada, como no "Musa do Brasileirão"; seja de maneira espontânea, como no fenômeno Larissa Riquelme, a máquina da objetificação na imprensa esportiva não cessa jamais.

#### 4.5 ASSÉDIO

A tendência à objetificação já enraizada culturalmente no imaginário social e, particularmente, no jornalismo esportivo traz consigo a banalização de discursos que diariamente contribuem para a opressão da mulher. Seja sob a alegação de suposta brincadeira, seja intencionalmente agressivo, o assédio é e sempre foi infeliz ferramenta que incentiva e corrobora com a inferiorização feminina. Neste capítulo, veremos exemplos de assédios exercidos e sofridos pelos profissionais da imprensa esportiva.

##### 4.5.1 Dos jornalistas

Corria uma quarta-feira qualquer no programa Fox Sports Rádio, atração transmitida no horário do almoço pelo canal do conglomerado de Rupert Murdoch. Direto do calçadão de Copacabana, o repórter Ricardo Lay entrevistava ao vivo o dirigente Alexandre Mattos, do Palmeiras, que naquela noite enfrentaria o Fluminense pela semifinal da Copa do Brasil de 2015. Sofrendo com o intenso calor da primavera carioca, o cartola sorriu aliviado quando o jornalista anunciou o fim do bate-papo e devolveu a palavra ao apresentador Benjamin Back, que comandava o programa de um estúdio em São Paulo. No entanto, "Benja" não se deu por satisfeito com o encerramento da passagem.

(BENJA) Não, não, não. [...] O Alexandre Mattos vai sair do mormaço. Você, não. Você está na calçada do Rio de Janeiro, estamos na expectativa de você entrevistar umas coisas bacanas, né? Um pessoal bacana aí, aquela mulherada dando uma corridinha... né, Ricardo Lay?

(LAY) Qual o perfil que você quer, Benja?

(BENJA) Olha aí passando do seu lado, ó... olha aí do seu lado direito. Passou!<sup>80</sup>

<sup>79</sup> Abençoa, papai! Musa da Copa de 2018 dá show com decote ousado. Fox Sports, 2016. Disponível em: <<http://www.foxsports.com.br/photos/13071/0-abencao-papai-musa-da-copa-de-2018-da-show-com-decote-ousado>>. Acesso em: 13 de fevereiro de 2016.

<sup>80</sup> Trecho de matéria exibida em 20 de outubro de 2015, na Fox Sports, no programa Fox Sports Rádio.

Encorajado pelo apresentador, Lay pediu para a produção correr atrás de uma mulher que acabara de passar ao lado da equipe. Às gargalhadas, Benja contou um episódio que havia ocorrido no ano anterior, quando fez pedido semelhante a Victorino Chermont. O experiente repórter "tomou uma invertida", mas ao menos "foi macho". Lay também não obteve sucesso na procura por "umas coisas bacanas", mas garantiu que ficaria "mais solto" com a câmera desligada e voltaria acompanhado ainda naquela edição do programa. De fato, o repórter foi novamente acionado alguns minutos mais tarde. Desta vez, o cenário era a areia da praia de Copacabana, de onde ele anunciou triunfante a sua entrevistada: uma argentina chamada Eva. Usando um biquíni e deitada de bruços sobre uma canga, ela afirmou estar curtindo sua folga e revelou sua predileção futebolística pelo "Basco" da Gama, tendo o "charme" de seu sotaque elogiado pelo jornalista. Era o início de uma conversa repleta de silêncios constrangedores no Rio e de risadas juvenis em São Paulo.

O apresentador Benja pediu para os dois se levantarem, alegando que aquela posição seria desconfortável para o companheiro. Lay obedeceu e aproveitou para tomar a mão da moça e fazer com que ela desse uma "voltinha" – só assim a audiência e os jornalistas do estúdio teriam uma visão completa de seu corpo. Eva chegou a fazer um sinal negativo, mas acabou cedendo e arrancando uma saraivada de gritos e aplausos da bancada paulista. O repórter tratou de puxar assunto. "Tá boa a praia, né? [...] Ontem tinha sol, né? [...] Eu também peguei um bronze ontem, vim à praia, dei uma corrida. Fiz cinco quilômetros de ida e de volta..." A jovem assentia com a cabeça e ria envergonhada. Benja tentou falar de esportes, pedindo um palpite para o jogo dos argentinos do River Plate naquela noite. Mas logo a pauta foi novamente desviada para temas como "Com o que você trabalha?", "O que você faz em suas folgas?" e outras questões de absoluta relevância para o público. Antes de encerrar, Lay ainda perguntou se deveria pedir para Eva dar um mergulho, tarefa prontamente negada pela moça. Benja então se despediu e, malicioso, mandou os "parabéns" para a convidada. De volta ao estúdio, o clima de descontração teve sequência. Indagado sobre o que faria se estivesse na pele do repórter, o experiente jornalista Maercio Ramos (conhecido como "Morcegão") emendou para delírio dos colegas: "É que eu tô com uma madame, não poderia entrar muito no negócio. Mas se ela dá brecha... Ah, Benja, com uma perna só!"

Assisti a este trecho do programa ao vivo e admito que, embora acostumado ao *modus operandi* do jornalismo esportivo, fiquei surpreso com a audácia dos companheiros

de profissão. Em conversas informais nas redações o comportamento é absolutamente corriqueiro. Homens que já ultrapassam a barreira dos 40 ou 50 anos caindo na gargalhada enquanto outro afirma que "vai" em uma mulher "com uma perna só", embora sempre fazendo questão de lembrar que tem uma "madame" ou "patroa" em casa. Mas por que reiterar atitudes tão obviamente machistas no ar? Ora, primeiro porque há a certeza de que não haverá nenhuma reprovação por parte dos colegas ou da chefia. Além disso, se referir a mulheres como indivíduos de segundo escalão, citadas apenas como alvos de aventuras sexuais, faz parte da idiossincrasia do jornalista esportivo. Se um repórter ousar questionar a tarefa de entrevistar uma moça bonita apenas para divertir seus pares, não lhe será atribuído o atestado de "macho", de pertencente ao clube. Ainda que para tal seja necessário deliberadamente assediar uma mulher em rede nacional.

Todos os dias, mulheres são obrigadas a lidar com comentários de teor obsceno, olhares, intimidações, toques indesejados e importunações de teor sexual afins que se apresentam de várias formas e são entendidas pelo senso comum como elogios, brincadeiras ou características imutáveis da vida em sociedade (o famoso "é assim mesmo...") quando, na verdade, nada disso é normal ou aceitável. (THINK OLGA, 2013)<sup>81</sup>

O trecho acima faz parte da campanha "Chega de Fiu Fiu", lançada em 2013 pelo coletivo feminista Think Olga. O objetivo do manifesto é levantar o debate em torno das "cantadas" às quais as mulheres estão submetidas ao caminhar pelas ruas no Brasil ou em qualquer parte do mundo. A proposta é que este tipo de assédio sexual deixe de ser visto como uma forma de elogio ou como um mal menor para ser devidamente encarado como parte da engrenagem da chamada "cultura do estupro" – ou seja, a ideia de que ao andar em determinado local com determinada roupa a mulher está disponibilizando seu corpo para usufruto alheio. Ouvindo frases que vão desde "Linda" e "Gostosa", passando por "Ô, lá em casa" até "Te chupava toda", mulheres são constantemente intimidadas por estranhos no espaço público.

Para traduzir em números esta realidade, a "Chega de Fiu Fiu" publicou uma pesquisa elaborada pela jornalista Karin Hueck. Alguns dos dados coletados: 99,5% das 7762 participantes afirmaram já terem sido assediadas, 83% disseram que receber cantadas não é "algo legal", 90% já trocaram de roupa por medo de assédio e apenas 27%

---

<sup>81</sup> Trecho retirado do texto de apresentação da campanha "Chega de Fiu Fiu", organizada pelo coletivo Think Olga. Disponível em: <<http://thinkolga.com/chega-de-fiu-fiu/>>. Acesso em: 13 de fevereiro de 2016.

respondem quando assediadas – a maioria prefere ignorar por sentir medo.<sup>82</sup> Com tais estatísticas em mãos, o Think Olga juntou-se ao Núcleo Especializado de Promoção e Defesa dos Direitos da Mulher de São Paulo para divulgar uma cartilha intitulada "Vamos Falar Sobre: Assédio Sexual".<sup>83</sup> O intuito é conscientizar a população em geral acerca do problema, além de incentivar as vítimas de assédio a denunciar os agressores. O debate não cresce apenas no Brasil. Assinada por 39 países desde 2011, a Convenção do Conselho da Europa para a Prevenção e o Combate à Violência Contra as Mulheres e a Violência Doméstica, realizada em Istambul, é um marco naquele continente. Seu 40º artigo trata de assédio sexual e determina que

As Partes deverão adotar as medidas legislativas ou outras que se revelem necessárias para assegurar que qualquer tipo de comportamento indesejado de natureza sexual, sob forma verbal, não verbal ou física, com o intuito ou o efeito de violar a dignidade de uma pessoa, em particular quando cria um ambiente intimidante, hostil, degradante, humilhante ou ofensivo, seja passível de sanções penais ou outras sanções legais. (CONSELHO DA EUROPA, 2011)<sup>84</sup>

As recomendações da Convenção de Istambul certamente não chegaram à mesa do repórter Leo Bianchi, da TV Globo. Sua matéria sobre o empate entre Corinthians e Ceará pelo Campeonato Brasileiro de 2011 entrou para a galeria de pérolas machistas no jornalismo esportivo. Procurando um ângulo diferente para noticiar o tropeço da equipe paulistana no Pacaembu, Bianchi resolveu voltar suas atenções para a bandeirinha da partida, Nadine Bastos. Não pela existência de alguma polêmica de arbitragem, ou para destacar o raro espaço conquistado por uma mulher no futebol masculino. Toda a matéria girou em torno da beleza da catarinense, definida como "um espetáculo" pelo repórter. Enquanto a câmera exibia as pernas de Nadine em câmera lenta, ele se derramava em comentários sobre sua aparência, buscando respaldo para seu comportamento nas palavras de algum jogador. Os entrevistados, no entanto, disseram não ter reparado na beleza da bandeirinha e se limitaram a lhe desejar um bom trabalho. A objetificação virou assédio

---

<sup>82</sup> Chega de Fiu Fiu: resultado da pesquisa. Think Olga, 2013. Disponível em: <<http://thinkolga.com/2013/09/09/chega-de-fiu-fiu-resultado-da-pesquisa/>>. Acesso em: 13 de fevereiro de 2016.

<sup>83</sup> Vamos falar sobre: assédio sexual. Defensoria Pública do Estado de São Paulo, 2014. Disponível em: <<http://www.defensoria.sp.gov.br/dpesp/repositorio/41/folderassedio.pdf>>. Acesso em: 13 de fevereiro de 2016.

<sup>84</sup> CONSELHO DA EUROPA. Convenção do Conselho da Europa para a Prevenção e o Combate à Violência Contra as Mulheres e a Violência Doméstica. 2011. Disponível em: <<https://rm.coe.int/CoERMPublicCommonSearchServices/DisplayDCTMContent?documentId=090000168046253d>>. Acesso em: 13 de fevereiro de 2016.

quando veio o intervalo de jogo e Bianchi correu para abordar a moça, em episódio analisado pelo blog "Escreva Lola Escreva".

Eis que nosso intrépido repórter se aproxima de uma mulher compenetrada e faz a seguinte pergunta: “*Você vem sempre aqui?*” Ah, que meigo! Mulher bonita é pra ser cantada em qualquer lugar, seja no bar, no trabalho... E percebe como a pergunta graciosa insinua que Nadine está a passeio, que aquele não é seu lugar, e que toda hora é hora pra uma paquera, inclusive num ambiente de trabalho. A bandeirinha baixa a cabeça, sorri, e segue em frente, sem pausa. E o repórter a segue, tipo *stalker* mesmo! “*Você acha que,*” diz ele arfando, correndo atrás dela, “*que tem algum momento em que você pode desconcentrar os jogadores com a sua beleza?*” Ela não responde, o cara continua perguntando, enfia um microfone na cara dela, diz “*Tá ocupada agora?*” (não, Pedro Bó!), ela lhe dá dois cortes, e o que fala a narração? “*Ihhhh... Perdeu o encanto, vai, perdeu o encanto*”. É, ela se transformou de princesa em bruxa por não ceder às brincadeirinhas inofensivas do repórter tão galanteador, que a respeita *tanto* como profissional. (ARONOVICH, 2011, grifos da autora)<sup>85</sup>

Este foi mais um exemplo de um jornalista esportivo relegando a mulher ao plano de figura decorativa para ser apreciada entre uma jogada e outra. Nadine foi assediada em seu ambiente de trabalho e no dia seguinte teve seu corpo objetificado no Globo Esporte. Eva foi abordada enquanto descansava na praia, compelida a "dar uma voltinha" e recebeu os irônicos "parabéns" apenas por estar de biquíni. Outras foram interpeladas enquanto passavam pelas ruas para repórteres provarem que são "machos". Enquanto o mundo debate e condena o assédio, o "fui fui" segue encontrando refúgio nos noticiários esportivos.

#### 4.5.2 Às jornalistas

Se os jornalistas esportivos ajudam a perpetuar a cultura do assédio, as jornalistas do meio são constantemente sujeitas às investidas masculinas. A repórter Sabina Simonato, da TV Globo, recebeu ao vivo um beijo de um torcedor croata durante a última Copa do Mundo.<sup>86</sup> Bruna Dealtry, do Esporte Interativo, ouviu do presidente da Federação

<sup>85</sup> ARONOVICH, Lola. Repórter em busca da pauta perdida. Blog Escreva Lola Escreva, 2011. Disponível em: <<http://escrevalolaescreva.blogspot.com.br/2011/08/reporter-em-busca-da-pauta-perdida.html>>. Acesso em: 13 de fevereiro de 2016.

<sup>86</sup> Repórter da Globo é beijada ao vivo por torcedor croata e faz biquinho. Portal UOL, 2014. Disponível em: <<http://uol.esportivetv.blogosfera.uol.com.br/2014/06/12/reporter-da-globo-e-beijada-ao-vivo-por-torcedor-croata/>>. Acesso em: 13 de fevereiro de 2016.

Catarinense de Futebol em uma entrevista coletiva: "Se não fosse casado há 45 anos, eu bem que te namoraria. Você é muito bela".<sup>87</sup> Chris Gayle, uma das grandes estrelas do críquete, foi multado por ignorar as perguntas da jornalista Mel McLaughlin para fazer um convite: "Seus olhos são tão lindos. Espero que possamos vencer este jogo para depois tomarmos um drinque".<sup>88</sup>

Infelizmente, Gayle não está sozinho. Nos últimos anos eu vi grandes nomes do esporte – homens com medalhas do Império e legiões de fãs – descarada e publicamente dando em cima de mulheres da imprensa sem qualquer vergonha. Isso me faz imaginar como eles agem mundo afora quando a camada de profissionalismo é removida. Tranquem suas filhas? Melhor, armem-se com gás de pimenta. (JACKSON, 2016)<sup>89</sup>

Conquistar respeito ao cobrir esportes masculinos tem se mostrado uma das principais missões das jornalistas. No curta universitário "Desafiando uma Indústria Dominada por Homens", de Jillian Kay, a repórter Jill Savage dá o seu relato sobre os desafios da profissão.

O mais difícil é tentar cobrir times quando eles não sabem quem você é e acham que você não sabe nada. Eu me orgulho de fazer boas perguntas e mostrar a eles que sei o que estou fazendo, mas às vezes eles simplesmente não querem acreditar que você conhece o jogo. Você realmente precisa trabalhar muito mais duro só para conseguir o respeito deles, porque acham que você é apenas um rostinho bonito e que conseguiu seu emprego por isso. (SAVAGE, 2011)<sup>90</sup>

---

<sup>87</sup> Repórter leva cantada de presidente de federação de futebol em julgamento no STJD. Portal Imprensa, 2015. Disponível em: <<http://portalimprensa.com.br/noticias/brasil/75043/reporter+leva+cantada+de+presidente+de+federacao+de+futebol+em+julgamento+no+stjd>>. Acesso em: 13 de fevereiro de 2016.

<sup>88</sup> Tradução do autor. "Your eyes are beautiful, hopefully we can win this game and then we can have a drink after as well." Chris Gayle tells reporter: 'Your eyes are beautiful, hopefully we can have a drink'. The Guardian, 2016. Disponível em: <<http://www.theguardian.com/sport/2016/jan/04/chris-gayle-reporter-drink-blush-network-ten-big-bash-melbourne>>. Acesso em: 13 de fevereiro de 2016.

<sup>89</sup> Tradução do autor. "Sadly, Gayle is not a lone ranger. In the past couple of years I've watched greats of sport – men with OBEs and legions of fans – boldly and publicly sleaze on to female members of the media with no shame. It makes me wonder what they're like when the veneer of professionalism is removed altogether and they're operating out in society. Lock up your daughters? More like arm yourself with mace". JACKSON, Russel. It's not just Chris Gayle: sport media's Blokesworld mindset needs to change. The Guardian, 2016. Disponível em: <[http://www.theguardian.com/sport/blog/2016/jan/05/its-not-just-chris-gayle-sport-medias-blokesworld-mindset-needs-to-change?CMP=fb\\_gu](http://www.theguardian.com/sport/blog/2016/jan/05/its-not-just-chris-gayle-sport-medias-blokesworld-mindset-needs-to-change?CMP=fb_gu)>. Acesso em: 13 de fevereiro de 2016.

<sup>90</sup> Tradução do autor. "It's probably been the most difficult trying to cover teams when they don't know who you are and they don't think that you know anything. I like to pride myself on asking good questions and showing them that I know what I'm doing, but sometimes they just... they don't wanna think that you're going to be knowledgeable of the game, and you really have to work a lot harder to just get their respect 'right off the bat' because they think that you're just a pretty face and that's why you got the job". FEMALE Sportscasters: Challenging a Male-Dominated Industry. Produção: Jillian Kay. Estados Unidos. 2011. 38

Os assédios aos quais as jornalistas estão submetidas partem também de seus colegas de profissão. Dan Bernstein, apresentador de um programa esportivo de rádio em Chicago, teceu comentários nada elegantes em um *tweet* sobre a âncora Aiyana Cristal: "Eu não tenho interesse em seu trabalho, mas gosto de seus peitos gigantes".<sup>91</sup> A declaração teve grande repercussão e Aiyana lamentou o ocorrido, dizendo que "o incidente serve como um repulsivo lembrete de que as mulheres seguem lutando dia a dia para serem tratadas com igualdade". Jenna Laine, comentarista da Flórida, solidarizou-se e aproveitou alguns minutos na televisão para levantar o debate.

Bernstein já pediu desculpas e afirmou ter sido um idiota que deveria ter mantido aqueles comentários para ele mesmo. Mas se você ouvir o seu programa vai descobrir que comentários assim são bastante comuns. Uma das coisas que tenho a dizer é que nós precisamos parar com a objetificação das mulheres neste país, especialmente na mídia esportiva. É como se não tivéssemos um número suficiente de sites adultos e esta sujeira tivesse que dar um jeito de entrar no mundo dos esportes. E eu preciso perguntar: por que essas estações de rádio acham que seu público é formado apenas por pervertidos? (LAINE, 2015)<sup>92</sup>

O último episódio relatado neste capítulo ocorreu justamente com uma aluna da Escola de Comunicação da UFRJ, Amanda Salles. Recém-formada pela ECO, ela ganhou uma bolsa que lhe garantiu a oportunidade de fazer um mestrado em Jornalismo Esportivo pela UCJC, em Madri, em parceria com o diário *Marca*, um dos principais veículos do segmento na Espanha. Uma ocasião de ouro, mas que em breve seria manchada por uma triste experiência de assédio e misoginia, detalhada em entrevista para este trabalho.

A serviço do jornal, Amanda começou a notar atitudes machistas que partiam da própria chefia – como quando foi escolhida para entrevistar o atacante Fernando Llorente "porque é bonita e ele lhe responderia mais perguntas". Em diversas ocasiões sentia que sua opinião era diminuída pelo fato de ser mulher – especialmente por ser mulher

---

min, son., color. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=jRoKU1btu2E>>. Acesso em: 20 de fevereiro de 2016.

<sup>91</sup> BERNSTEIN, Dan. Twitter, 2015. Disponível em: <[https://twitter.com/dan\\_bernstein/status/580922560231026688](https://twitter.com/dan_bernstein/status/580922560231026688)>. Acesso em: 13 de fevereiro de 2016.

<sup>92</sup> Tradução do autor. "Bernstein since apologized and he also came out and called himself an idiot, saying that he should have kept those comments to himself. But, if you listen to his show, you'll know that comments like that... those are pretty standard. One of the things I have to say is that in this country we need to stop whit this whole objectification of women, especially in sports media. It's as if we don't have enough adult websites for people to go to and this filth has to continually crawl its way into the sports round. And I have to ask: why do these radio stations feel like their only demographic are perverts?". Objectification of Women in Sports Media Has to Stop. Youtube. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=waD5QXtZeQU>>. Acesso em: 13 de fevereiro de 2016.

brasileira. Ainda que frustrada diante destes percalços, tocava a vida e aproveitava a chance de cobrir uma Copa do Mundo em um grande jornal europeu aos 24 anos. Até que no fatídico dia 8 de julho de 2014 o Brasil levou sete gols da Alemanha no Mineirão. O revés futebolístico assistido pela televisão pouco significaria após Amanda conferir a tela de seu celular.

Quando aquele desastre aconteceu, logo no primeiro gol, percebi que tinham criado um grupo no WhatsApp chamado "*A chuparla*", que você já deve saber o que significa. O grupo incluía todos os homens da minha turma do mestrado (e do diário *Marca*) e se dedicava única e exclusivamente a me xingar e me insultar. Cada vez que saía um gol da Alemanha, alguém escrevia uma parada muito suja, mandava alguém vir me chupar, "porque só assim eu aprenderia que mulher não entende nada de futebol". Isso é tão bizarro e tão baixo, que toda vez que conto essa história para alguém, eu fico com vontade de vomitar e penso: que tipo de ser humano é esse? No dia seguinte, fui direto falar com o coordenador dos alunos, mostrar tudo. Ele simplesmente disse para eu esquecer aquilo, que aqueles "garotos" são infantis, imaturos e que levar isso adiante não ia dar em nada. (SALLES, 2016)<sup>93</sup>

A passagem pela Espanha se encerrou pouco depois e Amanda carregou consigo a mágoa pela violência sofrida. Apenas quando veio a campanha do "Primeiro Assédio", também idealizada pelo coletivo Think Olga, sentiu-se confiante para desabafar sobre o ocorrido. Como tantas outras, passou por cima do episódio para dar continuidade à carreira que tem como paixão. Amanda sabe que, mais do que correr atrás de uma boa pauta ou escrever um ótimo texto, ser mulher no jornalismo esportivo significa batalhar por igualdade a cada jornada de trabalho. "Acredito que a credibilidade e o respeito vêm através das nossas conquistas diárias pela informação, pelo conteúdo. Isso não dá para discutir. E um ponto principal: não se calar quando esse tipo de incidente acontecer. O machismo não pode ser tratado como algo natural em meio algum" (SALLES, 2016)<sup>94</sup>.

Um razoável argumento para explicar o latente desrespeito a estas jornalistas é o fato de que o homem ainda se julga o detentor do conhecimento quando o assunto é esporte. Desta forma, as profissionais deste segmento são vistas sob o estereótipo "bonitinha, mas burrinha" e encontram dificuldades para serem levadas a sério. Em entrevista ao autor, a jornalista Cristina Charão definiu esta prática como uma das mais profundas formas de objetificação.

<sup>93</sup> Entrevista concedida ao autor em 20 jan. 2016.

<sup>94</sup> Entrevista concedida ao autor em 20 jan. 2016.



Quando dizemos que um assunto pertence aos homens, estamos dizendo que a eles está dado o direito de dizer. Apenas aos homens é dado o direito de serem agentes daquilo que se pode dizer e se diz sobre os esportes (na verdade, sobre quase tudo no mundo, mas vamos manter o foco). São eles os únicos autorizados a serem sujeitos. Ou seja, as mulheres não são sujeitos no jornalismo esportivo. E quando não se é sujeito, se é... objeto. É este o real sentido da OBJETIFICAÇÃO. Não estamos falando de sermos tratadas como um quadro na parede que embeleza o ambiente. Esta é, digamos, a consequência do que é mais importante. Objetificar a mulher é nos tirar a condição de sujeito. É nos negar nossa capacidade de agir sobre a realidade. E, claro, não reconhecer esta atuação. Daí virarmos quadros na parede. Sermos julgadas pela estética, algo que apenas somos, antes do que pela nossa ação, aquilo que fazemos. Inverter a lógica da objetificação é nos devolver a condição de sujeitos. O que no jornalismo esportivo significa nos permitir sermos jornalistas. (CHARÃO, 2016, grifo da autora)<sup>95</sup>

---

<sup>95</sup> Entrevista concedida ao autor em 15 fev. 2016.

## 5 OUTRAS POSSIBILIDADES

Nem tudo vai mal. As inúmeras ocorrências machistas levantadas até aqui podem passar a impressão de que o mundo dos esportes e o jornalismo que dele se ocupa formam um irremediável antro de misoginia. Não chega a ser o caso. Suas estruturas são complexas, plurais e sujeitas a mutações. Em que pesem o longo histórico de dominação masculina e o panorama atual de acentuada objetificação, há motivos para acreditar que, como diz a velha canção de Bob Dylan, os tempos estão mudando. Esta possibilidade esperançosa norteia o capítulo que se inicia.

A principal causa deste otimismo é a recém-mencionada "Primavera das Mulheres". Combatendo desde violências extremas (feminicídio) até violências cotidianas (cantadas de rua), movimentos feministas obtiveram êxito ao reconduzir a questão dos direitos das mulheres ao centro do debate. Tópicos como #PrimeiroAssédio, #NãoMeKahlo, #AgoraÉQueSãoElas, #MeuAmigoSecreto e #ChegaDeFiuFiu pipocaram e provocaram acaloradas discussões no imenso fórum da internet. Empoderamento, sororidade, silenciamento e patriarcado tornaram-se vocábulos cada vez menos obscuros. No exterior, também irromperam diversas *hashtags* feministas: #NotGuilty, #AskHerMore, #HeForShe, #NiUnaAMenos. A cantora norte-americana Beyoncé, a atriz britânica Emma Watson e a escritora nigeriana Chimamanda Ngozi Adichie são algumas das mais populares porta-vozes de um movimento global.

O cenário é promissor, mas está longe de ser tranquilo. A ascensão da militância feminista gera uma previsível reação virulenta por parte de setores mais conservadores da sociedade, repetindo um refluxo definido como *backlash*<sup>96</sup> por Susan Faludi já em 1991. Em um aparente paradoxo, o momento de escalada da luta pelos direitos das mulheres é também de crescimento da popularidade dos políticos Jair Bolsonaro e Donald Trump, para citar apenas dois nomes emblemáticos da ultradireita no Brasil e nos Estados Unidos. De acordo com seus seguidores, as reivindicações feministas não passam de "vitimismo".

Um backlash contra os direitos da mulher não é nenhuma novidade na história [...]. Na verdade, trata-se de um fenômeno recorrente: toda a vez que as mulheres parecem ter algum sucesso na sua marcha rumo à igualdade, surge uma inevitável geada atrapalhando o florescimento do feminismo. "O progresso dos direitos da mulher na nossa cultura, ao

<sup>96</sup> No livro "Backlash: o contra-ataque na guerra não declarada contra as mulheres", Susan Faludi analisa as investidas sofridas pelo movimento feminista nos anos 1980.

contrário de outros tipos de ‘progresso’, sempre foi estranhamente reversível”, observou a estudiosa de literatura americana Ann Douglas. (FALUDI, 2001, p.65)

O fato é que, entre golpes e contragolpes, o crescimento dos debates em torno do lugar da mulher chegou ao âmbito esportivo. Afinal, por que as torcedoras sentem uma constante perspectiva de assédio quando vão aos estádios? Por que o esporte feminino é posto em segundo plano pela mídia? Por que as atletas precisam ser "musas" para estar em evidência? As discussões se multiplicam e acabam por encontrar frestas na grande imprensa. Como parte da campanha #AgoraÉQueSãoElas, Cristina Charão foi uma das tantas que finalmente encontrou a oportunidade de relatar seus desencantos enquanto frequentadora das arquibancadas do Grêmio.

Eu já tive que vestir camisetas dez números maior que eu e “calça de ir no estádio”. Eu já tive que desistir de ir ao estádio porque nenhum amigo homem podia ir comigo. Eu já tive que não ir ao estádio. Não faço mais. E do que eu tinha medo? Pois, eu tinha o mesmo medo que ainda tenho. Que é o medo que toda mulher tem: estar cercada de homens. Porque estar cercada de homens é estar cercada de seres que acham que têm o direito de dispor como bem entendem da única coisa que é só minha e de mais ninguém, meu corpo. [...] Se o medo continua, por que não mais calça de ir no estádio? Por que ignorar a hipótese de deixar de ir ao estádio?

[...] como sociedade, avançamos no reconhecimento (formal) de direitos das mulheres, na proteção legal da nossa integridade física, no desenho de políticas públicas para as mulheres. As regras do jogo mudaram de fora pra dentro. À força. Nossa força. [...] Entramos no estádio como entramos no mundo: pulando a catraca do machismo porque já não suportamos a ideia de estar de fora. E quando mais de nós pulamos a catraca, mais de nós terão coragem de pular a catraca. Porque não estaremos sós no meio dos homens. Não estamos mais sós. (CHARÃO, 2015)<sup>97</sup>

O aumento do debate em torno do lugar da mulher na sociedade acaba por gerar ações concretas. No terceiro capítulo deste trabalho, foi analisado o caso das *grid girls*, um exemplo latente da objetificação feminina no automobilismo. Em um esporte especialmente machista, a existência das meninas sorridentes nos bastidores dos circuitos é um constante lembrete da posição que a mulher ocupar por ali. Uma situação que finalmente incomodou a organização do Mundial de Endurance (*World Endurance*

<sup>97</sup> CHARÃO, Cristina. #AgoraÉQueSãoElas: Menos pior ainda não é bom. Blog Futebol e Outras Guerras, 2015. Disponível em: <<https://esportes.yahoo.com/blogs/futebol-outras-guerras/agoraéquesãoelas-menos-pior-ainda-não-é-bom-191950084.html>>. Acesso em: 13 de fevereiro de 2016.

*Championship*). Em abril de 2015, o diretor-executivo Gérard Neveu anunciou que aquela temporada não contaria mais com a presença das *grid girls*. “Para mim, isso é passado. A condição das mulheres é um pouco diferente hoje”<sup>98</sup>, declarou. A medida foi bastante impopular entre muitos fãs, que reclamaram do "politicamente correto" e da quebra de uma "tradição". Já o piloto campeão Anthony Davidson aprovou a decisão.

Eu falo bastante sobre isso com a minha esposa e nós dois concordamos que isso é bem retrógrado. É da velha guarda ter um conceito como *grid girls*. O mundo mudou, não? E o esporte a motor deveria seguir bem de perto o que o resto do mundo está fazendo nesse sentido. Acho que é uma coisa muito boa, moderna também, que o WEC tire esse aspecto das corridas. (DAVIDSON, 2015)<sup>99</sup>

A mudança de mentalidade também aparece aos poucos na Fórmula-1. O Grande Prêmio do Brasil não banuiu as *grid girls*, mas adotou a presença de *grid boys* para a corrida de 2015.<sup>100</sup> Apontada pelos organizadores como uma "solução mais moderna", a introdução de modelos masculinos pode ser uma alteração sutil, mas não deixa de configurar importante quebra de paradigma na categoria.

A heteronormatividade predominante em esportes como o futebol também é mais questionada a cada dia. A Liga de Futebol Alemão, responsável pelos principais campeonatos do país, assinou em 2013 um documento no qual se comprometia a combater a homofobia dentro e fora das quatro linhas.<sup>101</sup> A UEFA, autoridade máxima do futebol europeu, emitiu recentemente um comunicado com o mesmo propósito<sup>102</sup> e já chegou a punir um clube, o poderoso Bayern de Munique, por um cartaz "engraçadinho" de teor homofóbico em suas tribunas. Na Inglaterra, surgiram as primeiras torcidas organizadas LGBT em grandes clubes como Arsenal (*Gay Gooners*) e Tottenham (*Proud Lilywhites*),

<sup>98</sup> NEVEU, Gérard. WEC encerra tradição e anuncia fim das *grid-girls* por “condição um pouco diferente das mulheres”. Site Grande Prêmio, 2015. Disponível em: <<http://grandepremio.uol.com.br/endurance/noticias/wec-encerra-tradicao-e-anuncia-fim-das-grid-girls-por-condicao-um-pouco-diferente-das-mulheres>>. Acesso em: 13 de fevereiro de 2016.

<sup>99</sup> DAVIDSON, Anthony. WEC encerra tradição e anuncia fim das *grid-girls* por “condição um pouco diferente das mulheres”. Site Grande Prêmio, 2015. Disponível em: <<http://grandepremio.uol.com.br/endurance/noticias/wec-encerra-tradicao-e-anuncia-fim-das-grid-girls-por-condicao-um-pouco-diferente-das-mulheres>>. Acesso em: 13 de fevereiro de 2016.

<sup>100</sup> GP do Brasil inova e vai misturar *grid-boys* com *grid-girls* pela primeira vez na história da F1. Site Grande Prêmio, 2015. Disponível em: <<http://grandepremio.uol.com.br/fl/noticias/gp-do-brasil-inova-e-vai-misturar-grid-boys-com-grid-girls-pela-primeira-vez-na-historia-da-f1>>. Acesso em: 13 de fevereiro de 2016.

<sup>101</sup> DFL signs anti-homophobia charter. Portal ESPN FC, 2013. Disponível em: <<http://www.espnfc.com/german-bundesliga/story/1630216/dfl-signs-berlin-declaration>>. Acesso em: 13 de fevereiro de 2016.

<sup>102</sup> Football can be a force for good and change. Portal da UEFA, 2015. Disponível em: <<http://www.uefa.org/social-responsibility/news/newsid=2247994.html>>. Acesso em: 13 de fevereiro de 2016.

estendendo faixas com as cores do arco-íris nos estádios – uma atitude que seria impensável há pouco anos. Exemplos que não decretam de forma alguma o fim da homofobia tão enraizada no futebol, mas que aparentam ser os primeiros raios de um novo amanhecer.

Este ambiente de questionamento às velhas normas se reflete no jornalismo. É cada vez mais comum se deparar com artigos que condenam a homofobia e o machismo no esporte. Na questão da forma como a mulher é retratada na imprensa especializada, os avanços práticos são lentos e, diante da enxurrada de exemplos já apresentados, percebe-se que a objetificação ainda é a ordem do dia. No entanto, há um movimento espontâneo e não-organizado de tentativas de fazer diferente. De tirar de campo as "musas", as "beldades", as "gostosas" e substituí-las pelas "atletas", "craques", "artilheiras".

É com este propósito que a jornalista Lu Castro escreve o Futebol Para Meninas. Hospedado no portal do jornal Lance!, o blog é referência quando o assunto é futebol feminino no Brasil. As postagens variam entre análises de partidas e campeonatos, entrevistas com jogadoras, discussões sobre o futuro da modalidade... enfim, tudo o que diz respeito ao esporte. Galerias de imagens das atletas "mais gatas" e similares passam longe dali. O site Dibradoras<sup>103</sup> foi criado com intuito semelhante. Cinco jovens paulistas decidiram unir suas experiências como torcedoras para falar de futebol feminino, debater o machismo nas arquibancadas e tentar desconstruir os estereótipos que pairam sobre moças como elas. A descrição da página no Facebook é um breve e contundente manifesto.

Quem nunca se desinteressou em continuar navegando por uma página de futebol ao se deparar com um "belas da torcida"? Quem nunca sofreu pra encontrar a versão feminina daquela edição especial do uniforme do seu clube? Quem nunca se irritou com uma reportagem sobre o perfil do Instagram da filhinha mais nova do técnico do Flamengo? Paixão a gente não escolhe. Não deixaremos de amar esse esporte. Mas construiremos a nossa própria cultura futebolística. (DIBRADORAS, 201?)<sup>104</sup>

A grande mídia também mostra sinais de evolução. É o que observamos ao comparar duas atrações do Esporte Espetacular, programa dominical da TV Globo. Em 2013, foi implementado o "Bolsa Redonda", série que se propunha a representar a parcela feminina da audiência. O que se viu no ar foi um festival de clichês, reforçando o

<sup>103</sup> "Dibre" é uma maneira popular de usar a palavra "drible", originária do inglês *dribbling*. Um equívoco tão comum que foi abraçado pelo jargão futebolístico brasileiro.

<sup>104</sup> Descrição da página *Dibradoras* no Facebook. Disponível em: <[https://www.facebook.com/dibradoras/info/?tab=page\\_info](https://www.facebook.com/dibradoras/info/?tab=page_info)>. Acesso em: 28 de fevereiro de 2016.

estereótipo da mulher amável, fútil e absolutamente alheia a assuntos futebolísticos. O assunto inaugural do primeiro episódio foi a atitude inusitada de jogadores do Figueirense, que se despiram no gramado e celebraram uma vitória vestindo apenas suas cuecas. Na sequência, foi apresentado o quadro "Ai, gente, que fofo", que pretendia destacar momentos sentimentais dos jogos. Depois, surgiu uma telespectadora em vídeo pedindo ajuda para sanar suas dúvidas sobre aspectos elementares do futebol. E finalmente um quadro chamado "As minas piram", na qual as quatro apresentadoras avaliavam a beleza de jogadores.<sup>105</sup>

A ideia de ter uma mulher que não entende nada de futebol parece atender a dois propósitos: o de tentar atrair telespectadores também ignorantes no assunto e o de fazer que espectadores riam da 'burrice' feminina. [...] O nome do quadro já é uma estupidez, Bolsa Redonda. Não faz nenhum sentido. A abertura com figuras de salto alto e sacolas de compras remete a qualquer coisa, menos a esportes. Lembra a abertura de programas como Mulheres Ricas [*reality show* exibido pela Bandeirantes que mostra o cotidiano de *socialites* brasileiras] ou de qualquer programa que se guia por estereótipos como moda, maquiagem, cabelo, consumismo, futilidades, fofocas. (ARONOVICH, 2014)<sup>106</sup>

Se o "Bolsa Redonda" foi um completo desserviço à imagem da mulher no esporte, um quadro bem diferente seria exibido pelo mesmo Esporte Espetacular a partir do ano seguinte. O quadro "Mulheres Espetaculares" é uma série de reportagens longas (de quinze a trinta minutos) que retratam as histórias de superação e as rotinas de trabalho pesado das atletas brasileiras. Introduzindo estas mulheres como "heroínas" do esporte, a repórter Juliana Sana adota um estilo gonzo de jornalismo ao abandonar a objetividade e se misturar às vidas das personagens, morando com elas por algumas semanas e se aventurando nas modalidades que praticam. Cada episódio narra a trajetória de uma esportista: da lutadora Bethe Correia à piloto Bia Figueiredo, passando pela jogadora de rúgbi Edna Santini – todas destacadas como mulheres fortes, que jamais sucumbiram diante das dificuldades impostas por não pertencerem ao gênero dominante.

A fim de ampliar o debate proposto neste trabalho, contactei algumas jornalistas esportivas para falar do assunto que, no fim das contas, diz respeito especialmente a elas.

<sup>105</sup> Bolsa Redonda 1º Debate de Mulheres sobre Esportes – Esporte Espetacular 10/11/2013. Youtube. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=XLurIPGpIOU>>. Acesso em: 13 de fevereiro de 2016.

<sup>106</sup> ARONOVICH, Lola. Atração da Globo trata mulheres como 'burras', dizem feministas. Site Notícias da TV, 2014. Entrevista concedida a Paulo Pacheco. Disponível em: <<http://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/televisao/atracao-da-globo-trata-mulheres-como-burras-dizem-feministas-2578>>. Acesso em: 13 de fevereiro de 2016.

A ideia era ouvir suas propostas para o futuro da profissão através de uma pergunta bastante objetiva: que atitudes podem ser adotadas para que o jornalismo esportivo deixe de ser um terreno tão fértil para a objetificação das mulheres e para o machismo em geral? As respostas convergiram em um ponto: é preciso equilibrar a proporção homens vs. mulheres nas redações. Foi o que defendeu, por exemplo, a repórter Gabriela Moreira, um dos poucos rostos femininos vistos na ESPN Brasil.

É preciso contratar mais mulheres. As redações de jornalismo esportivo precisam ter mais mulheres e não só em cargos periféricos. É necessário ter mulheres em cargos de chefia, com poder de decisão. Precisa ter mulher buscando notícia, também. Se você ligar a televisão neste momento, vai ver mulheres participando de programas esportivos, mas, na maioria das vezes, como alegorias e adereços, não como profissionais da notícia. [...] Nós não podemos fazer jornalismo pensando no que agrada o público. Fazemos jornalismo para ajudar a formar opinião e temos a obrigação de refletir os diversos pontos de vista da sociedade. Temos de ter a diversidade e a pluralidade como conceitos fundamentais na nossa profissão. (MOREIRA, 2016)<sup>107</sup>

Renata Mendonça, uma das idealizadoras da página Dibradoras, também sente a falta de oportunidades oferecidas às jornalistas esportivas. Mesmo em um momento em que muitas estudantes entram na faculdade pensando em trabalhar nesta área.

Não é que as redações estejam tomadas por homens porque não existem mulheres interessadas em trabalhar com jornalismo esportivo – isso é coisa do passado. Hoje há muitas mulheres buscando um espaço nessa área, mas sofrendo com a falta de oportunidades. Isso ocorre porque os editores que selecionam os contratados para as redações esportivas são homens e muitas vezes ainda guardam aquele preconceito de que "mulher não entende tão bem de esporte quanto homem". Além disso, é importante que cargos mais altos, de editores mesmo, também sejam ocupados por mulheres. O machismo das coberturas esportivas muitas vezes passa "despercebido" pelos homens editores, que "não veem problema" em um desfile sensual de mulheres para apresentar um uniforme, ou numa galeria de musas para falar sobre atletas olímpicas. Por isso, elas precisam ocupar também cargos de liderança na redação, para tentar mudar os ângulos machistas que em geral acabam passando na cobertura esportiva. (MENDONÇA, 2016)<sup>108</sup>

A ausência de mulheres em cargos de chefia também é notada pela jornalista Lu Castro, do blog Futebol para Meninas. Em sua visão, se os editores não romperem o

---

<sup>107</sup> Entrevista concedida ao autor em 17 fev. 2016.

<sup>108</sup> *Ibidem*.

círculo vicioso, ninguém o poderá fazer. Lu destaca ainda a importância da formação universitária e faz uma ressalva sobre a questão da beleza.

Acredito que a mudança de postura e entendimento da posição da mulher no universo esportivo, sobretudo no futebol, deva partir das chefias nos editoriais esportivos. E não só isso. A aparência continua sendo fator preponderante na escolha das profissionais, linha que não se segue quando da contratação de profissionais do sexo masculino. Orientar os jovens recém-formados em jornalismo para a aceitação das colegas no ambiente de esportes, tendo como parâmetro a competência e não a aparência, já começaria a equalizar as condições e a diminuir as diferenças neste âmbito. (CASTRO, 2016)<sup>109</sup>

Para encerrar, Livia Muniz, repórter do portal *Goal.com*, lembra que uma mudança de mentalidade no jornalismo esportivo está diretamente relacionada a uma mudança na sociedade como um todo.

Para tentar mudar a postura do jornalismo esportivo, devemos tentar mudar a sociedade como um todo. Mas qual deve vir primeiro? Ainda acho ingênuo acreditar que a reeducação ou mesmo a sensibilização da sociedade contra o machismo esteja relativamente próxima. Porém, dando um passo de cada vez, é possível que o papel dos jornalistas e das editorias contribuam para ajudar o leitor/telespectador homem a entender, independente de sua classe social, a gravidade do que o machismo e a misoginia trazem para toda a sociedade. Podar esse tipo de comportamento dentro do jornalismo é essencial. Entender que mulheres não são ferramentas para entreter, para se conseguir mais lucro através dos seus corpos. Entender que mulheres são seres humanos que não devem ser usadas como estratégia de marketing no mercado jornalístico. (MUNIZ, 2016)<sup>110</sup>

---

<sup>109</sup> Entrevista concedida ao autor em 18 fev. 2016.

<sup>110</sup> Entrevista concedida ao autor em 12 fev. 2016.



## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como tantos colegas, escolhi o jornalismo esportivo devido à paixão. O fascínio pelo chute no ângulo, pelo *backhand* certeiro, pela cesta de três pontos no estouro do cronômetro me aproximava de uma sensação divina jamais encontrada na igreja. As manhãs de domingo corriam arrastadas, apenas à espera dos jogos que inundavam a infância de euforia. Na escola, o jornal escondido por trás do livro de matemática me narrava o gol já visto, mas lido e relido como a mais bela poesia. Que trabalho fantástico esse de escrever futebol!

A primeira ida ao Maracanã, o templo sagrado das multidões cariocas. Éramos mais de cem mil pessoas, o equivalente a toda a humanidade na visão de uma criança de seis anos. A partida marcaria a estreia do melhor jogador do mundo pelo clube mais popular do país e o adversário viria a ser o meu time de coração. Eu ainda não fazia ideia. Sabia apenas que aquele era o Fla-Flu, o espetáculo mais vibrante e colorido que se pode presenciar. O placar não saiu do zero, mas aquele momento de catarse coletiva mudou uma vida inteira. Naquela tarde de fevereiro eu senti o gosto do sublime. Treze anos mais tarde, quando ingressei no jornalismo esportivo, a expectativa utópica era de trazer o sublime para o cotidiano.

Claro que não funciona bem assim. A rotina apressada exigida pelo ofício deixa pouco espaço para experimentar os jogos com o deleite do espectador comum – por mais que o prazer de "trabalhar com o que gosta" seja um clichê sincero no meio. Na função de reportar o esporte para o grande público, o interesse em descrever as partidas, ainda que persistente, foi aos poucos suplantado pelo desejo de contar histórias que relacionassem o espetáculo com o mundo ao redor.

Não são poucas as oportunidades nas quais um evento esportivo alcança significado muito além do resultado em si. As quatro medalhas do velocista e saltador negro Jesse Owens nas Olimpíadas de Berlim, por exemplo, expuseram os ideais de supremacia ariana de Hitler ao ridículo bem diante de seu bigode. Poucos argentinos trocariam os gols antológicos de Maradona sobre a Inglaterra na Copa do Mundo de 1986 pelas Ilhas Malvinas. As trajetórias pessoais de atletas como Garrincha, Muhammad Ali e Nadia Comaneci não dizem respeito apenas às modalidades nas quais são lendas, mas falam de relações sociais, direitos civis, História.

Acontece que o mundo pode ser maravilhoso como a campanha de 70, mas também injusto como a derrota de 82. Uma realidade que não pode ser ignorada pelo jornalista. Faz parte do nosso dever narrar a sociedade de forma crítica – apontando os abusos de poder,

expondo a desigualdade, combatendo as diversas formas de opressão. E o esporte, como espelho da sociedade, é palco da reprodução destas opressões. Enquanto a mídia especializada faz um bom trabalho na denúncia do racismo nas arquibancadas, pouco se fala sobre homofobia e quase nada sobre misoginia. O motivo é óbvio: a própria imprensa esportiva sustenta uma longa tradição machista.

Uma das mais explícitas facetas deste machismo é a objetificação. Por isso, pensando em alguma forma de escrever sobre algo socialmente relevante, me decidi por este tema. Muitos enxergam na questão das musas e na proliferação de seios e bundas nas páginas de esporte uma besteira. Algo meio errado, meio ultrapassado, mas que "é assim mesmo". No entanto, escrevi estas páginas acreditando firmemente no contrário, que este é um grave sintoma de uma estrutura nociva. Como disse Cristina Charão em depoimento transcrito ao final do quarto capítulo, objetificar é tirar da mulher a condição de sujeito. E isso não pode ser aceitável.

Dois anos se passaram entre a escolha inicial do tema e a entrega do trabalho. Neste intervalo, como já foi abordado, muito mudou. A discussão em torno dos direitos da mulher ultrapassou um nicho específico para ganhar uma posição de centralidade na pauta nacional e global. Um crescimento fundamental para esta pesquisa, já que os textos sobre os mais diversos temas feministas inundaram a internet e fizeram com que eu e tantos outros nos inteirássemos mais sobre a causa. Se as obras de Simone de Beauvoir e Susan Faludi já seriam de extrema importância, o acréscimo de tantos artigos, blogs e até os famigerados "textões" das redes sociais ajudaram a alcançar um tom de atualidade.

Longe de ser um ás da vida acadêmica, optei por não me embrenhar por caminhos teóricos mais espinhosos no decorrer destas páginas. Especialmente tendo em conta que a teoria feminista é de enorme complexidade e eu não seria, ainda mais na condição de homem, insensato ao ponto de tentar encerrar qualquer questão. Sendo assim, procurei fazer deste trabalho um grande relatório dos casos que me motivaram a escrevê-lo: as rotineiras manifestações de machismo exacerbado no jornalismo esportivo – buscando, é claro, devido embasamento e contextualização.

Acredito na força da universidade como agente de mudança, mas é fora de seus muros que a sociedade progride de fato. O debate proposto por esta monografia (e diversos outros trabalhos neste sentido) está apenas começando. Nutro a forte esperança de que os exemplos aqui vistos pertençam em breve ao passado. Os jornalistas precisam abraçar uma postura crítica da profissão, mesmo em atitudes banais como publicar uma galeria de "musas

dos Jogos Olímpicos". Basta não aceitar, defender que não é para isso que existem as atletas. E assim, um por um, a prática irá cair em desuso. O fim da objetificação da mulher não vai livrar o mundo do machismo, da misoginia. Mas é o passo que nós, da imprensa esportiva, podemos dar. Um passo necessário. Um passo urgente.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADELMAN, Miriam. Mulheres atletas: re-significações da corporalidade feminina. *Revista Estudos Feministas*, Florianópolis, v. 11, n. 2, p. 445-465, dez. 2003.

ANGRIMANI, Danilo. *Espreme que sai sangue: um estudo do sensacionalismo na imprensa*. São Paulo: Summus, 1995.

AZEVEDO, Tânia Maria Cordeiro de. *A mulher e a atividade desportiva: preconceitos e estereótipos (análise de periódicos especializados em Educação Física – 1932-1987)*. 1988. 268 f. Dissertação (Mestrado em Educação) – Faculdade de Educação, Centro de Estudos Sociais Aplicados, Universidade Federal Fluminense, Niterói, 1988.

BEAUVOIR, Simone de. *O Segundo Sexo vol. 1: Fatos e Mitos*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2000.

CONIJN, Annemieke. *The representation of women and homosexuals in football. Standing offside? The dynamics of gender and sexuality in the football television show Voetbal International*. 2013. 64 f. Master Thesis. Universiteit van Amsterdam. Master of Arts (M.A.), Media and Culture: Television and Cross-media culture, Amsterdã, Holanda, 2013.

DEJAVITE, Fabia. O infotainment aplicado ao jornalismo esportivo. *REGIT*, Itaquaquecetuba, v. 1, n. 3, p. 9-18, jan-jun 2015. Entrevista concedida a Carlos Henrique de Souza Padeiro.

FALUDI, Susan. *Backlash – o Contra Ataque na Guerra Não Declarada Contra as Mulheres*. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

FOER, Franklin. *Como o futebol explica o mundo*. Rio de Janeiro: Zahar, 2005.

FRANZINI, Fábio. Futebol é "coisa para macho"?: Pequeno esboço para uma história das mulheres no país do futebol. *Revista Brasileira de História*, São Paulo, v. 25, n. 50, p. 315-328, 2005.

GOELLNER, Silvana Vilodre. Mulheres e futebol no Brasil: entre sombras e visibilidades. *Rev. bras. Educ. Fís. Esp.*, São Paulo, v.19, n.2, p.143-51, abr-jun 2005.

GOMES, Itânia Maria Mota. O Infotainment e a Cultura Televisiva. In: FREIRE FILHO, João (Org.). *A TV em transição: tendências de programação no Brasil e no mundo*. Porto Alegre: Sulina, 2009, v. 1. p. 195-221.

GUMBRECHT, Hans Ulrich. *Elogio da beleza atlética*. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

HANISCH, Carol. Two Letters from the Women's Liberation Movement. In: DUPLESSIS, Rachel Blau; SNITOW, Ann (Org.). *The Feminist Memoir Project: Voices from Women's Liberation*. Nova Jersey, EUA: Rutgers University Press, 2007. p. 197-207

LANGTON, Rae. Feminism In Philosophy. In: JACKSON, Frank; SMITH, Michael (Org.). *The Oxford Handbook of Contemporary Philosophy*. Nova Iorque, EUA: Oxford University Press, 2005. p. 231-257.

MARCONDES FILHO, Ciro. *A saga dos cães perdidos*. São Paulo: Hacker, 2000.

MOURÃO, Ludmila. Representação social da mulher brasileira nas atividades físico-desportivas: da segregação à democratização. *Revista Movimento*, Porto Alegre, ano 7, n. 13, p. 5-18, 2000.

OSELAME, Mariana Corsetti. *Fim da notícia: o “engraçadismo” no campo do jornalismo esportivo de televisão*. 2012. 153 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Faculdade de Comunicação Social, Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2012.

VINCENT, John. Sporting Lolitas, Amazons, and Freaks: British Newspaper Portrayal of Female Tennis Players as Wimbledon. In: FULLER, Linda K (Org.). *Sexual Sports Rhetoric: Global and Universal Contexts*, v. 1. Massachusetts, EUA: Peter Lang, 2010. p. 173-184.

WOLF, Naomi. *O mito da beleza: como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres*. Rio de Janeiro: Rocco, 1992.

Em meio eletrônico:

ARONOVICH, Lola. Repórter em busca da pauta perdida. *Blog Escreva Lola Escreva*, 2011. Disponível em: <<http://escrevalolaescreva.blogspot.com.br/2011/08/reporter-em-busca-da-pauta-perdida.html>>. Acesso em: 20 de fevereiro de 2016.

CASTRO, Lu. Marco Aurélio Cunha, as jogadas é que precisam ser bonitas, não as jogadoras. *Site Trivela*, 2015. Disponível em: <<http://trivela.uol.com.br/marco-aurelio-cunha-as-jogadas-e-que-precisam-ser-bonitas-nao-as-jogadoras/>>. Acesso em: 20 de fevereiro de 2016.

CHARÃO, Cristina. #AgoraÉQueSãoElas: Menos pior ainda não é bom. *Blog Futebol e Outras Guerras*, 2015. Disponível em: <<https://esportes.yahoo.com/blogs/futebol-outras-guerras/agoraéquesãoelas-menos-pior-ainda-não-é-bom-191950084.html>>. Acesso em: 20 de fevereiro de 2016.

CONSELHO DA EUROPA. *Convenção do Conselho da Europa para a Prevenção e o Combate à Violência Contra as Mulheres e a Violência Doméstica*. Istambul, Turquia, 2011. 32 p. Disponível em: <<https://rm.coe.int/CoERMPublicCommonSearchServices/DisplayDCTMContent?documentId=090000168046253d>>. Acesso em: 20 de fevereiro de 2016.

DEFORD, Frank. She Won't Win The French Open, But Who Cares? Anna Kournikova Is Living Proof That Even In This Age Of Supposed Enlightenment, A Hot Body Can Count As Much As A Good Backhand. *Sports Illustrated*, 2000. Disponível em:

<<http://www.si.com/vault/2000/06/05/282062/she-wont-win-the-french-open-but-who-caresanna-kournikova-is-living-proof-that-even-in-this-age-of-supposed-enlightenment-a-hot-body-can-count-as-much-as-a-good-backhand>>. Acesso em: 20 de fevereiro de 2016.

GOMES, Mara. Bem vindos ao Brasil colonial: a mula, a mulata e a Sheron Menezes. *Blogueiras Negras*, 2014. Disponível em: <<http://blogueirasnegras.org/2014/01/02/vindos-brasil-colonial-mula-mulata-sheronmenezes/>>. Acesso em: 20 de fevereiro de 2016.

JACKSON, Russel. It's not just Chris Gayle: sport media's Blokesworld mindset needs to change. *The Guardian*, 2016. Disponível em: <[http://www.theguardian.com/sport/blog/2016/jan/05/its-not-just-chris-gayle-sport-medias-blokesworld-mindset-needs-to-change?CMP=fb\\_gu](http://www.theguardian.com/sport/blog/2016/jan/05/its-not-just-chris-gayle-sport-medias-blokesworld-mindset-needs-to-change?CMP=fb_gu)>. Acesso em: 20 de fevereiro de 2016.

JEAN-PIERRE, Sherley. The Ultimate Trophy: What the Phenomenon of Sports WAGS tells us about Sexism, Race and Beauty. *Blog I Am Sherley Fierce*, 2014. Disponível em: <<http://iamsherleyfierce.com/2014/08/18/the-ultimate-trophy-what-the-phenomenon-of-sports-wags-tells-us-about-sexism-race-and-beauty/>>. Acesso em: 20 de fevereiro de 2016.

MARQUES-SAMYN, Henrique. Slut shaming, objetificação e legitimação do estupro. *Blogueiras Feministas*, 2012. Disponível em: <<http://blogueirasfeministas.com/2012/12/slut-shaming-objetificacao-e-legitimacao-do-estupro>>. Acesso em: 20 de fevereiro de 2016.

MCGOWAN, Tom. NFL cheerleaders: Gratuitous sexism or all-American fun? *CNN*, 2013. Disponível em: <<http://edition.cnn.com/2013/10/25/sport/nfl-cheerleaders-minnesota-vikings-mvc/>>. Acesso em: 20 de fevereiro de 2016.

THINK OLGA. *Chega de Fiu Fiu*. 2013. Disponível em: <<http://thinkolga.com/chega-de-fiu-fiu/>>. Acesso em: 20 de fevereiro de 2016.

TORRES, Cleyton Carlos. A “facebookização” do jornalismo. *Observatório da Imprensa*, 2016. Disponível em: <<http://observatoriodaimprensa.com.br/jornal-de-debates/a-facebookizacao-do-jornalismo/>>. Acesso em: 20 de fevereiro de 2016.

TURNER, Beverley. Exposed: the rampant sexism that defines the world of Formula One. *Independent*, 2004. Disponível em: <<http://www.independent.co.uk/sport/motor-racing/exposed-the-rampant-sexism-that-defines-the-world-of-formula-one-5355994.html>>. Acesso em: 20 de fevereiro de 2016.

UEFA. *Football can be a force for good and change*. Nyon, Suíça, 2015. Disponível em: <<http://www.uefa.org/social-responsibility/news/newsid=2247994.html>>. Acesso em: 20 de fevereiro de 2016.

VALENTI, Jessica. Beauty pageants are embarrassing – even if you name the right winner. *The Guardian*, 2015. Disponível em: <[http://www.theguardian.com/commentisfree/2015/dec/22/beauty-pageants-embarrassing-even-if-name-right-winner-miss-universe?CMP=fb\\_gu](http://www.theguardian.com/commentisfree/2015/dec/22/beauty-pageants-embarrassing-even-if-name-right-winner-miss-universe?CMP=fb_gu)>. Acesso em: 20 de fevereiro de 2016.

Referências filmicas:

FEMALE Sportscasters: Challenging a Male-Dominated Industry. Produção: Jillian Kay. Estados Unidos. 2011. 38 min, son., color. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=jRoKU1btu2E>>. Acesso em: 20 de fevereiro de 2016.

SCARFACE. Direção: Brian de Palma. Estados Unidos. 1983. 170 min, son., color.