

**ANÁLISE DA VISIBILIDADE
E PARTICIPAÇÃO
FEMININA NA COBERTURA
DA OLIMPÍADA RIO 2016
REALIZADA PELOS
PORTAIS *ESPNWE LANCE!***

ANALYSIS OF VISIBILITY AND
FEMALE PARTICIPATION AT
LANCE! AND *ESPNW* COVERAGE
OF RIO-2016 OLYMPIC GAMES

ANÁLISIS DE LA VISIBILIDAD Y LA
PARTICIPACIÓN DE LAS MUJERES
EN LA COBERTURA DE LOS
JUEGOS OLÍMPICOS DE RÍO DE
2016 EN LOS PORTALES *ESPNW*
Y *LANCE!*

**Valquiria Michela John¹
Elyson Gums^{2, 3}**

RESUMO

O jornalismo esportivo é uma área em que, historicamente, ainda impera uma cobertura predominantemente masculina. A Olimpíada, realizada no Brasil em agosto de 2016, faz com que esta visibilidade aumente, embora o destaque ainda seja inferior a atletas e modalidades masculinas. Assim, os Jogos surgem

¹ Doutora em Comunicação e Informação pelo PPGCOM/UFRGS. Graduada em Jornalismo pela Universidade do Vale do Itajaí e mestra em Educação pela Universidade Federal de Santa Catarina. Professora permanente do Programa de Pós Graduação em Comunicação (PPGCOM) e dos cursos de graduação do Decom da Universidade Federal do Paraná. Professora do curso de Jornalismo da Universidade do Vale do Itajaí. Pesquisadora dos grupos Nefics e COM XXI (PPGCOM/UFPR), líder do grupo de pesquisa Monitor de Mídia (Univali). E-mail: vmichela@gmail.com.

² Graduando em Jornalismo da Univali, bolsista Probic de Iniciação Científica e pesquisador no grupo Monitor de Mídia. E-mail: elyson.gums@gmail.com.

³ Endereço de contato dos autores (por correio): Universidade do Vale do Itajaí, Centro de Ciências Sociais Aplicadas - Comunicação, Turismo e Lazer. Rua Uruguai, 458, bloco 12, sala 205, Centro, CEP: 88302-202, Itajaí, SC, Brasil.

como um momento propício para analisar o espaço destinado à mulher no esporte e os papéis a elas atribuídos. Para isso, foi utilizada a Análise de Conteúdo, tendo como objetos os portais Lance!, portal referência em Jornalismo Esportivo no Brasil; e o ESPNW, criado em 2016 com foco na questão feminina. Foram coletadas todas as publicações referentes à Olimpíada Rio 2016 feitas em ambos os portais durante o período de 02 a 22 de agosto. Constatou-se que mesmo durante a cobertura de um evento com grande participação de atletas mulheres, ainda há mais destaque para fontes masculinas – essas praticamente unânimes como especialistas/experts.

PALAVRAS-CHAVES: Gênero; Olimpíada; Jornalismo esportivo.

ABSTRACT

In Sports journalism, historically, the coverage is predominantly masculine. The Olympic Games, held by Brazil, in August 2016, made this visibility grow, but masculine competitions and athletes keep being the highlight. Therefore, the Games are a propitious moment to analyze the space for women in sports and their assigned roles. To achieve this, it was used the method of Content Analysis having as research objects two sports web portals: Lance!, reference in Sports Journalism in Brazil; and espnW, created at 2016 focused in female issues. All publications concerning the Olympic Games in the period of August 02-22 – a day before the start of the first sport, women's soccer, and one day after Games closure – were collected; It was verified that even during a competition with great participation of female athletes, male sources of information are featured – those practically unanimous as experts.

KEYWORDS: Gender; Olympic Games; Sports journalism.

RESUMEN

El periodismo deportivo es un área donde, históricamente, todavía gobierna una cobertura predominantemente masculina. Los Juegos Olímpicos, celebrada en Brasil en agosto el año 2016, aumenta la visibilidad, aunque lo destacado es todavía inferior a los atletas masculinos y sus modalidades. Por lo tanto, los



ISSN nº 2447-4266

Vol. 3, n. 6, Outubro-Dezembro. 2017

DOI: <http://dx.doi.org/10.20873/uft.2447-4266.2017v3n6p557>

juegos aparecen como un buen momento para analizar el espacio para las mujeres en el deporte y las funciones que se les asignan. Para esto, se utilizó el análisis de contenido, teniendo como objeto los portales Lance!, referencia de portal en Periodismo Deportivo en Brasil y espnW, creado en 2016 con un enfoque en temas de la mujer. Hemos recogido todas las publicaciones relacionadas con los Juegos Olímpicos de Río 2016 realizadas en ambos portales durante el período 02 al 22 de de agosto. Encontramos que incluso durante la transmisión de un programa con gran participación de las mujeres deportistas, hay más énfasis en las fuentes de sexo masculino - éstos casi unánime como especialista/experto.

PALABRAS-CLAVE: Género; Juegos Olímpicos; periodismo deportivo.

Recebido em: 06.03.2017. Aceito em: 12.08.2017. Publicado em: 01.10.2017.

Introdução

Pela primeira vez na história da competição, um país Sul-Americano é sede dos Jogos Olímpicos, mais um megaevento esportivo realizado no Brasil. Após falhar na candidatura para as Olimpíadas de 2004 e 2012, o Rio de Janeiro sediou a mais importante competição poliesportiva do mundo entre os dias 5 e 21 de agosto de 2016.

Foram 19 dias de competição e 306 provas valendo medalhas. Dessas, 136 femininas, 161 masculinas e nove provas mistas. Competiram delegações de 208 países que integram o Comitê Olímpico Internacional (COI). Os Jogos Rio 2016 compreenderam 42 modalidades diferentes.

Para o jornalismo esportivo, a Olimpíada significa também a valorização de outros esportes na mídia, além do futebol. Diversas modalidades esportivas recebem destaque, mesmo nas publicações especializadas, apenas nos anos em que ocorrem os Jogos (UNZELTE, 2009; COELHO, 2004). Exceções são os casos em que brasileiros se destacam em alguma modalidade específica, ou quando há um *boom* em algum esporte (UNZELTE, 2009).

No futebol, principal pauta do noticiário esportivo brasileiro, consolidou-se o estereótipo de que mulheres não entendem de esporte. Modalidades femininas são sub-representadas pela mídia por serem consideradas “tediosas” ou “de baixo nível técnico”. Possivelmente por isso, o número de mulheres trabalhando na editoria esportiva é baixo e, na maior parte das vezes, elas sequer são ouvidas como fontes nas matérias.

A Olimpíada representa um momento propício para a análise dos papéis atribuídos às mulheres na cobertura esportiva, já que durante a realização dos jogos, cresce o interesse por modalidades até então ignoradas ou sub-representadas pela editoria de esportes. Além disso, em diversos esportes,

como judô, futebol e vôlei de quadra ou de praia, atletas brasileiras são fortes concorrentes e pautas das notícias e reportagens.

Este artigo busca analisar qual é o espaço e quais são as representações atribuídas às mulheres na cobertura esportiva durante a Olimpíada Rio 2016. Para isso, foi analisada a visibilidade feminina na cobertura dos Jogos Olímpicos do Rio de Janeiro em dois portais especializados em esportes: o Lance!⁴, site da publicação esportiva impressa de mesmo nome, e o ESPNW⁵, portal da ESPN criado justamente para preencher a lacuna de visibilidade feminina na cobertura esportiva. Para esta pesquisa são analisados todos os textos publicados nesses portais nos dias de realização da Olimpíada, levando em consideração quais fontes e pautas foram destacadas por ambos.

Breve Histórico do Jornalismo Esportivo Nacional

Segundo Ribeiro (2007), o jornalismo esportivo nacional nasceu em 1856, com *O Atleta*, publicação que “passava receitas para o aprimoramento físico dos habitantes do Rio de Janeiro”. Os esportes mais populares do país até então eram o ciclismo e o turfe. Isso mudou a partir de 1894, quando o futebol chegou oficialmente ao Brasil. O novo esporte ascendeu rapidamente entre elite e periferia, e aos poucos ganhou espaço nos jornais. Coelho (2004) ressalta a importância do periódico *Fanfulla*, de 1910, dedicado aos imigrantes italianos de São Paulo.

Em 1931, o carioca Mário Filho, jornalista que dá nome ao Maracanã, criou o *Jornal dos Sports*, primeiro periódico nacional dedicado a esportes.

⁴ <http://www.lance.com.br/>

⁵ <http://espnw.espn.uol.com.br/>

Mário e seu irmão, Nelson Rodrigues, foram dois dos grandes responsáveis por popularizar o futebol no Brasil. Nos anos 50 e 60, o jornalismo esportivo se consolidou, com cadernos especializados nos principais jornais do país. Os canais de televisão e emissoras de rádio já exibiam eventos esportivos ao vivo.

Nos anos 70, surgiu Placar, revista dedicada exclusivamente ao futebol. Em algumas edições, tentou abordar outros esportes para aumentar seu público leitor, mas não obteve êxito, voltando a se dedicar exclusivamente ao esporte mais popular do país. Revistas dedicadas ao vôlei, como a Saque, e basquete, caso da Superbasquete, também tiveram vida curta. A revista Fluir, que falava apenas sobre surfe, era exceção, mas encerrou suas atividades no primeiro semestre de 2016.

A história do esporte na televisão por assinatura se iniciou no Brasil em 1991, quando a Globosat e a TVA colocaram sua programação no ar. Em 1992, nasce o Sportv e em 1993, o TVA Esportes. Dois anos depois, a TVA mudou de nome para ESPN Brasil, em parceria da Disney, detentora da marca ESPN, com o Grupo Abril, dona da TVA.

As duas emissoras logo se tornaram rivais na cobertura esportiva. O Sportv foi privilegiado em acordos para transmissão dos jogos, então coube à ESPN investir em jornalismo de qualidade para se manter relevante. (COELHO, 2004. p. 69).

No fim dos anos 90, o empresário Walter de Mattos Junior viajou para Espanha, França, Itália e Argentina para conhecer os diários esportivos de cada país e implantar um projeto semelhante no Brasil. Em 1997, foi fundado o Lance!, um dos principais veículos de mídia esportiva do país. Ainda hoje, é veiculado com capas personalizadas para São Paulo-SP, Rio de Janeiro-RJ e Belo Horizonte-MG.

Jornalismo Esportivo na Internet

Paralelamente ao surgimento do diário impresso, o Lance! investiu em um portal online, o Lancenet. O site teve sucesso em angariar anunciantes e em pouco tempo tornou-se referência para esportes na internet. Com o passar dos anos, tornou-se uma unidade de negócios tão importante quanto o próprio jornal impresso (UNZELTE, 2009).

O Lancenet foi criado em meio a um cenário de otimismo acerca da internet. Durante a década de 90 surgiram diversos portais, já que estar fora da internet significaria perder milhares de leitores (RIBEIRO, 2007). A nova mídia atraiu investidores que viabilizaram a manutenção destes sites. Nesse período, houve o surgimento de portais que continuam ativos, como Uol, Aol e Globo.com. “[...] A informação passava a ser praticamente instantânea. A velocidade com que uma notícia podia chegar ao público acirrava a competição e obrigava qualquer jornal ou revista a entrar no mundo da internet. Foi uma autêntica febre” (RIBEIRO, 2007, p. 295).

Ainda assim, o mercado era instável. Em 2001, houve uma fuga dos investidores iniciais e diversos portais fecharam as portas – entre os esportivos, o Sportsya, Pelé.net, e o site da PSN, emissora de TV por assinatura dedicada a esportes. No mesmo ano, a Gazeta Esportiva deixou de circular impresso para existir apenas como Gazetaesportiva.net. Segundo Coelho (2004), houve estabilidade apenas a partir de 2002.

A velocidade e o imediatismo da internet são destacados como principais qualidades da produção nesta mídia. Unzelte (2009) descreve a cobertura esportiva factual como a mais adequada para ser trabalhada online – assim como para o rádio, uma mídia também instantânea. (UNZELTE, 2009, p. 133).

Barbeiro e Rangel (2013) também enfatizam essa característica, mas

atentam para a preferência por pautas pouco aprofundadas nos sites, que possam ser publicadas mais rapidamente e em maior número, em detrimento de textos mais elaborados.

Gênero e Mídia

A problemática dos estudos de gênero gira em torno dos papéis atribuídos ao masculino e ao feminino e da discussão acerca do papel subalterno atribuído às mulheres ao longo da história, em nome de supostas diferenças biológicas que justificariam uma superioridade masculina (BOURDIEU, 2010).

O fator sexo biológico como definidor dos papéis atribuídos a homens e mulheres é recorrente em diversas sociedades. Entretanto, diversos autores apontam para o gênero como uma construção social que diz respeito às relações do indivíduo com o mundo que o cerca. Desse modo, a própria sociedade é responsável por definir os papéis de gênero.

[...] Em linhas gerais, gênero é uma categoria usada para pensar as relações sociais que envolvem homens e mulheres, relações historicamente determinadas e expressas pelos diferentes discursos sociais sobre a diferença sexual. Gênero serve, portanto, para determinar tudo que é social, cultural e historicamente determinado (GROSSI, 1998. p. 5).

Essas relações – ou seja, os papéis sociais – variam de acordo com a sociedade e o momento histórico. Os valores e expectativas atribuídas aos gêneros masculino e feminino são opostos, geralmente com o homem em posição superior. A construção dessas identidades acontece “desde o nascimento, com base em relações sociais e culturais que se estabelecem a partir dos primeiros meses de vida” (TEIXEIRA, 2010, p. 41).

A mídia pode questionar ou fortalecer esses valores socialmente

construídos que definem os gêneros. Basthi (2013) afirma que a mídia brasileira atua como um mecanismo de reprodução de estereótipos de gênero e de valores de senso comum. A visão da mulher como submissa e o espaço diminuto nas produções jornalísticas em relação aos homens fortalece a perspectiva de dominação masculina, pois designa ao feminino um papel secundário.

O sexismo produz um olhar perverso sobre a mulher, cuja imagem é a do objeto para consumo sexual, símbolo da sedução, descartável, superficial, submissa, sem autonomia sobre sua vida (e seu próprio corpo) e destinada a um papel secundário na sociedade. Estudos também apontam que a mulher é tema para uma notícia na medida em que corresponde ao lugar de vítima social ou é uma celebridade ou personalidade política (ou casada com alguma personalidade importante) [...]. (BASTHI, 2013. p. 40)

A cobertura jornalística do esporte – espaço social predominantemente masculino (DUNNING; MAGUIRRE, 1997) – também se mostra perpetuadora de estereótipos relacionados aos papéis de gênero. Historicamente, o esporte é visto como um campo em que os homens validam sua masculinidade.

Bourdieu (2010) usa o termo “jogos (sociais) de violência”, que fazem parte de ritos sociais para comprovar que o homem é portador de características “fundamentais”, como a força e a honra.

[...] Como a honra – ou a vergonha, seu reverso, que como sabemos, à diferença da culpa, é experimentada diante dos outros -, a virilidade tem que ser validada pelos outros homens, em sua verdade de violência real ou potencial, e atestada pelo reconhecimento de fazer parte de um grupo de “verdadeiros homens” (BOURDIEU, 2010, p. 65).

Os esportes são também espaço para formação e expressão de identidades. Indivíduos de diferentes etnias, classes, sexos e grupos sociais podem encontrar, no esporte, pontos comuns a todos (DUNNING; MAGUIRRE, 1997), e assim, reafirmar ou questionar status.

Procedimentos Metodológicos

Sobre os objetos de análise

O site Lancenet e o diário Lance! existem desde outubro de 1997. Após reestruturações, o jornal tornou-se o principal diário esportivo do Brasil, título que mantém até hoje. Também tem grande relevância online, com 3,3 milhões de curtidas no Facebook⁶, 645 mil seguidores no Twitter⁷ e 143 mil seguidores no Instagram⁸. 88% dos leitores são homens e 12% mulheres⁹. Atualmente, o grupo se divide na produção do site do Lance!, o Diário Lance! e o Lance!TV. Também fazem parte do portal 60 blogs.

O Lance! é um portal especializado em esportes, sem nenhuma preocupação específica com a questão de gênero. Por sua relevância no jornalismo esportivo, foi escolhido como objeto para comparação com um portal com preocupação específica sobre os aspectos que envolvem as mulheres no esporte, o ESPNW.

A ESPN (Entertainment and Sports Programming Network) é uma rede de TV por assinatura com base nos Estados Unidos. A filial brasileira data de 1995. Os canais ESPN se dedicam integralmente à programação esportiva, seja na transmissão de eventos, seja com noticiários dedicados às modalidades. Além dos canais de TV, o foco do grupo é a produção de conteúdo multiplataforma¹⁰. Desde 2009, possuem o portal online ESPNW, dedicado a ser uma voz feminina no esporte. A versão brasileira do site foi lançada em 2016, através da campanha publicitária *Invisible Players*. O ESPNW é o primeiro portal

⁶ <https://www.facebook.com/grupolance/?fref=ts>

⁷ <https://twitter.com/lancenet?lang=pt>

⁸ <https://www.instagram.com/diariolance/>

⁹ Fonte: <http://hotsites.lancenet.com.br/midiakit/sobre/>

¹⁰ Fonte: <http://espn.uol.com.br/quemsomos>

de esportes exclusivamente feminino ligado a um grande veículo de comunicação no Brasil.

Para estabelecer a comparação entre a abordagem do feminino nas coberturas dos dois portais, o intervalo de análise abrange todo o período de realização dos Jogos Olímpicos do Rio de Janeiro – entre cinco e 19 de agosto. Foram coletados os textos referentes às Olimpíadas postados pelos dois portais entre os dias 02 e 22 de agosto, de forma a observar também o pré e pós-evento, destacando que embora a abertura dos jogos tenha ocorrido no dia 05/08, as competições iniciaram no dia 03/08, justamente com uma modalidade feminina – o futebol.

O horário estabelecido para a coleta em ambos os portais foi das 22h às 00h – horário em que as últimas modalidades de cada dia de Olimpíada estavam terminando. No dia 22, o horário de coleta foi das 16h às 18h, pois a Olimpíada já havia se encerrado e houve diminuição na quantidade de posts sobre o evento.

No ESPNW, foram coletados todos os textos postados durante o período. No Lance!, foram coletadas as notícias indexadas à página “Rio2016”, central olímpica do portal, e textos relacionadas à modalidades ou atletas olímpicos presentes na homepage do site durante o horário proposto. Assim, textos que não estavam presentes na página Rio2016 – como são o caso dos blogs e alguns textos de atletas da equipe Furnas e equipe Petrobrás, por exemplo – não foram considerados. Além destes, também foram coletados os posts de vídeos produzidos pelo blog da TV Lance!.

Método de coleta e análise dos dados

O método escolhido para a coleta e análise dos dados é a Análise de Conteúdo (AC), proposta por Bardin (1977). A AC tem características

quantitativas – referentes à quantidade e frequência de dados –, mas também apresenta teor interpretativo, comum às pesquisas qualitativas. Herscovitz (2007) argumenta que isto permite entender também a informação implícita, “presente no contexto em que ele ocorre, o meio de comunicação que o produz e o público ao qual ele é dirigido” (p. 126).

É necessário, antes de tudo, trabalhar com os elementos abstratos, ou seja, os conceitos, que representam os fenômenos abordados pelo jornalismo. Nesta etapa, levam-se em conta os indicadores, dimensões e atributos do que será analisado. Depois, acontece a categorização, parte do processo de codificação, que define categorias a partir de unidades de registro – palavras, expressões, frases, ideias etc. (HERSCOVITZ, p. 132-133).

Na questão da presença feminina enquanto fonte nas matérias, foi realizada a análise da frequência delas em relação às fontes masculinas nos textos sobre a Olimpíada. Para categorizá-las, foi utilizada a classificação de Lage (2002), que define as fontes como: oficiais, oficiosas, independentes, primárias, secundárias, testemunhas e experts. Também constituem categorias de análise os esportes em que as mulheres são destacadas bem como as formas de representação do feminino, seja quando as mulheres são protagonistas do texto como também nos casos em que são fontes secundárias.

Análise e discussão dos resultados

Historicamente, o jornalismo esportivo tem deixado a mulher à margem de suas narrativas. Coelho (2004) destaca que até a década de 1970 era quase impossível encontrar mulheres no jornalismo esportivo. Não há dados a respeito do panorama atual da mulher que produz conteúdo sobre esporte,

mas dados da Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj)¹¹ apontam que 64% dos jornalistas brasileiros são mulheres.

A ausência não é apenas da mulher que narra, mas também, e sobretudo, da mulher que é notícia. Poucas têm sido as situações em que a mulher atua como protagonista nas narrativas esportivas. Este cenário se fez presente na cobertura da mídia impressa na Olimpíada de Londres-2012 (JOHN, 2012)¹², em que 74% das fontes ouvidas foram homens e apenas 7% dos textos foram assinados por mulheres.

Esta característica não é exclusividade do jornalismo esportivo. Pesquisa realizada pelo Monitoramento Global de Mídia¹³ aponta que as mulheres são escolhidas como fontes em no máximo 24% das notícias, sendo em geral fontes secundárias, dificilmente escolhidas como fontes oficiais ou especialistas.

Panorama geral do Lance!

O Lance adaptou o diário impresso e também o portal online para a cobertura dos Jogos Rio 2016, no que chamou de "Uma cobertura para entrar para a história", em post do site no dia 05 de agosto que detalhava a cobertura. Esta cobertura se concentrou na página "Rio 2016".

¹¹ Pesquisa realizada em 2013 pelo Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política da UFSC, em convênio com a Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj), com apoio do Fórum Nacional de Professores de Jornalismo (FNPJ) e Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor).

¹² A pesquisa analisou as publicações dos impressos Lance! e Folha de S. Paulo durante o período de realização dos Jogos Olímpicos em 2012.

¹³ O Projeto de Monitoramento Global de Mídia (GMMP em inglês) é uma iniciativa da WACC – Associação Mundial para a Comunicação Cristã. É realizado desde 1995 e analisa a visibilidade das mulheres na cobertura jornalística mundial. Os dados são do relatório de 2015 (a pesquisa é realizada de 5 em 5 anos) e pesquisa evidencia a exclusão das mulheres nos meios noticiosos. (WACC, 2015)

Figura 1: homepage da página Rio 2016, no Lance!

The image shows the homepage of the Rio 2016 Olympic Games page on the Lance! website. At the top, there is a navigation bar with 'Rio 2016', 'Quadro de medalhas', 'Calendário', 'Ao vivo', and 'Notícias'. A central banner features the text 'TIME DE RESPEITO' under the heading 'JOGOS PARALÍMPICOS'. Below this, there are several news snippets with images and headlines, such as 'Rio passa bastão com Mario Bros, Nordeste e mensagem de futuro', 'Rio-2016 cai nas graças dos atletas estrangeiros e recebe aprovação', and 'Heróis improváveis: 9 países levaram primeiro ouro na história'. A sidebar on the right contains a 'MINUTO!' section with video thumbnails and a 'Patrocinador' section for Bradesco.

Fonte: <http://www.lance.com.br/rio2016>

O foco das publicações foram narrativas factuais em textos curtos, na forma de notícias. Isto se verifica pela quantidade de material produzido no período de 02 a 22 de agosto: foram 1.561 *posts*, incluindo 106 textos de *blogs* e 24 sobre as Paralimpíadas.

O *blog* da TV Lance! publicou 54 vídeos com reportagens curtas e

entrevistas, que foram reproduzidas na página Rio 2016. Estes vídeos, em geral, traziam curiosidades e entrevistas com atletas, a maioria brasileiros que se destacaram em alguma competição. Quarenta e cinco *posts* foram sobre medalhistas – 34 homens e 10 mulheres. A modalidade mais abordada foi o futebol, com 12 vídeos sobre a equipe masculina do Brasil e um sobre a feminina.

O esporte mais destacado pelo portal foi o futebol, que também domina o restante do noticiário do Lance!, com 334 *posts*. Textos que não tratam de nenhuma modalidade específica – como os resumos de cada dia de Olimpíada – somam 188 *posts*. Outros 160 textos abordam questões envolvendo a estrutura do evento. Os outros dois esportes com mais publicações foram atletismo, com 96 entradas, e vôlei de quadra, com 95. Situações curiosas e inusitadas também tiveram espaço na cobertura do site, com 72 textos, como “Astro da ginástica toma susto na conta de celular com Pokémon Go”, do dia 02/08.

Quadro 1 – esportes mais abordados pelo Lance!¹⁴

Tema	Masculino	Feminino	S/gênero	Total
Futebol	242	87	5	334
Diversos	5	5	179	189
Estrutura	5	3	152	160
Atletismo	62	26	8	96
Vôlei	52	38	5	95
Basquete	53	18	3	74
Curiosidades	29	7	36	72
Natação	48	13	1	62
Judô	22	34	6	62
Vôlei de praia	30	31	0	61

¹⁴ Consideram-se aqui modalidades com mais de 50 posts.

Nota-se a predominância das provas disputadas por homens. Com exceção do judô e do vôlei de praia, competições em que as mulheres tiveram desempenho semelhante ou melhor que os homens, a lista dos esportes com mais posts compreende maior espaço ao masculino. Este predomínio é visto principalmente no futebol, principal esporte do país. Entre os eventos mais assistidos nas TVs brasileiras, apenas o jogo de futebol Brasil x Dinamarca contempla uma modalidade feminina¹⁵.

Outra característica do portal é a presença das musas. Em todos os dias de análise, havia pelo menos um texto ou galeria de imagens exaltando a beleza de atletas mulheres ou esposas de atletas homens na homepage do site.

Ao erotizar o corpo feminino, o site reproduz o estereótipo de uma "feminilidade natural", composta por elementos como graciosidade e sensualidade, reduzindo as mulheres a essas características (GOELLNER, 2005).

Esta espetacularização dos corpos faz com que a beleza física das atletas se torne notícia, e não suas habilidades enquanto profissionais. Isto se verifica, por exemplo, em textos como "Após escândalo na Vila, Ingrid Oliveira desabafa: 'Todo mundo erra'", de 11 de agosto, em que a atleta foi caracterizada como "a musa do Salto Ornamental". Apenas uma vez houve destaque para a beleza de um homem, em "Bandeira, óleo e vida nova: conheça a fama repentina do porta-bandeira de Tonga", do dia 08/08.

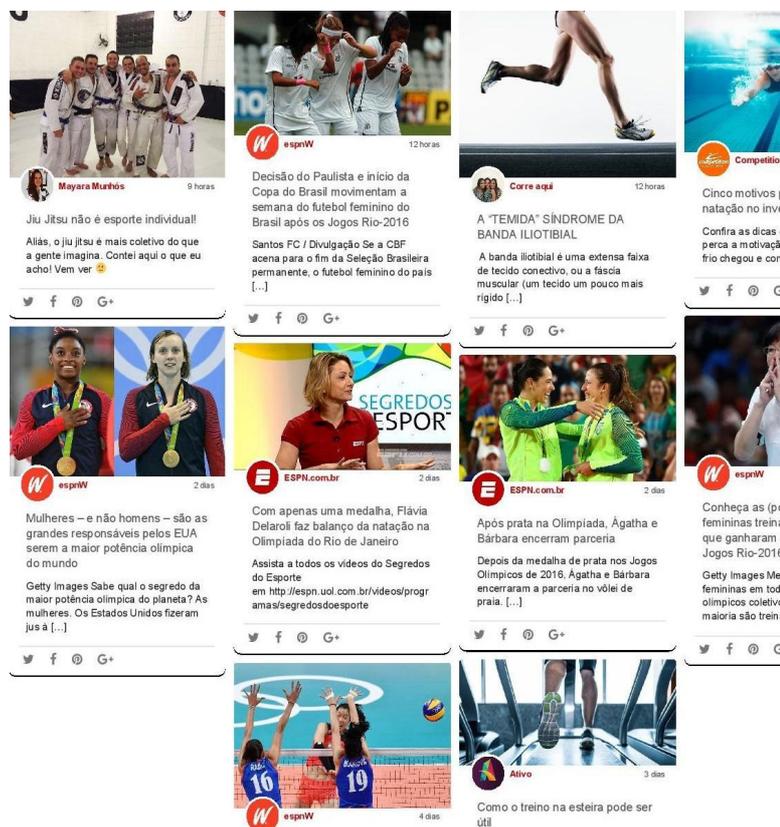
Panorma da cobertura da ESPNW

Com as notícias em tempo real sendo publicadas pelo site principal da ESPN, o ESPNW trouxe reportagens aprofundadas sobre os esportes, com foco principal na história das atletas. Embora não tenha havido preocupação

¹⁵ Fonte: <http://torcedores.com/noticias/2016/09/veja-como-foi-a-audiencia-dos-jogos-olimpicos-rio-2016-na-tv>

específica em noticiar os resultados, a participação brasileira influenciou as publicações no período. Possivelmente isso explique o judô, em que o Brasil foi medalhista, ter sido valorizado na cobertura, e a ausência de esportes como natação e atletismo, em que atletas brasileiras não tiveram bons desempenhos.

Figura 1 – homepage ESPNW



Fonte: <http://ESPNW.ESPN.uol.com.br/>

Durante o período analisado, foram publicados 70 textos, incluindo reproduções de matérias postadas no site principal da ESPN Brasil. Mesmo durante o andamento da Olimpíada, a produção do site não foi exclusivamente voltada à competição. Exemplos são textos sobre cuidados para a prática de

atividade física e posts sobre esportes não olímpicos, como Jiu Jitsu, escritos por colunistas do ESPNW.

Quadro 2 – Esportes mais abordados pelo ESPNW¹⁶

Tema	Masculino	Feminino	S/gênero	Total
Futebol	2	13	0	15
Judô	3	8	0	11
Natação	1	4	1	6
Cuidados com o corpo	0	1	5	6
Vôlei de praia	0	5	0	5

O futebol também foi a modalidade mais mencionada, com 15 publicações no período analisado. O judô aparece logo em seguida, com 11 *posts*. A natação foi assunto de seis entradas, e o vôlei de praia, de cinco. Apenas seis textos sobre a Olimpíada não focaram em modalidades e femininas: dois sobre futebol, três sobre judô e um sobre natação. No futebol, um deles era sobre uma dirigente do Barcelona e outro sobre uma ação do Corinthians recriminando a violência contra a mulher; no judô e natação, foram entrevistas feitas por uma das repórteres do site com atletas da delegação brasileira.

As fontes enfatizadas

Foram escolhidos dois esportes olímpicos para a análise das fontes utilizadas pelos portais: o futebol feminino e o atletismo, totalizando 114 textos. O primeiro por representar a modalidade feminina com mais *posts*, e o segundo por contemplar de maneira igualitária a participação de homens e mulheres nas provas. Foram excluídos da análise os conteúdos opinativos, como crônicas pós-jogo.

¹⁶ Consideram-se aqui modalidades com mais de cinco posts.

Os principais relatos são de testemunhas, fontes diretamente envolvidas com o fato. O que difere os portais é a quantidade de fontes utilizadas por texto: em média, o Lance traz 1,45 fontes a cada post, enquanto o ESPNW tem média de 4,2 em cada reportagem¹⁷. Elas são apresentadas como atletas e treinadores, que em geral se enquadram, respectivamente, nas categorias de testemunhas e especialistas.

Seguindo a classificação de Lage (2002), das 177 fontes ouvidas pelos sites, 115 são testemunhas. As outras 62 dividem-se entre oficiais (27), que representam alguma organização ou governo; experts (33), os especialistas em determinado assunto, e independentes (2), que não têm nenhum interesse particular específico.

Nos momentos em que precisavam aprofundar as pautas, os repórteres optaram por trazer retrospectivas históricas ou dados estatísticos ao invés da opinião de especialistas. Por exemplo, "Jogadora do Zimbábue divide seleção com trabalho em fábrica de açúcar, e elenco vence batalha pela Rio-2016", de 05/08. O mesmo foi visto no ESPNW, que trouxe dados detalhados sobre a primeira Seleção Olímpica de Futebol Feminino, em seu especial sobre o tema.

Lance!

Foram analisados 51 textos de futebol feminino do Lance!, em que 77 fontes foram ouvidas. A maioria dos textos (31) traz apenas uma fonte. Lage (2002) indica ouvir ao menos três fontes, a fim de comparar as versões e estabelecer o que é a verdade. As fontes foram 40 mulheres, 33 homens e 4 instituições. Apenas homens representaram essas instituições. As mulheres entrevistadas eram sempre identificadas como jogadoras ou treinadoras das

¹⁷ Os números se referem apenas às matérias de atletismo e futebol feminino, escolhidas para análise de classificação de fontes.

equipes.

Quando jogadoras, aparecem como testemunhas de lances de jogo ou treino. Marta foi exceção, quando foi consultada como especialista antes do primeiro jogo da Seleção Brasileira contra a Suécia. O único texto com uma fonte mulher que não fosse jogadora ou treinadora foi “Segurança falha, torcedora invade campo e tira foto com Marta”, publicada em 03/08, em que a fonte foi uma torcedora, também em caráter de testemunha.

Quadro 3 - Categorização de fontes femininas de futebol feminino do Lance!

Categoria	Total
Testemunhas	29
Experts	11
Oficiais	0
Independentes	0

Os especialistas mais procurados para falar sobre futebol foram técnicos. Foram ouvidos para darem detalhes sobre preparações e táticas e, mesmo enquanto especialistas, estavam diretamente envolvidos com os fatos noticiados, uma vez que falavam sobre suas próprias equipes. Os homens entrevistados para as pautas de futebol feminino eram, em sua maioria, os treinadores de suas Seleções. Quando não era esse o caso, eram fontes oficiais representando instituições.

A ausência de mulheres como fontes especialistas e oficiais no Lance! – ou seja, vozes consideradas mais qualificadas – vai ao encontro dos resultados obtidos pelo Projeto de Monitoramento Global de Mídia (WACC, 2015), em que apenas 21% das fontes especialistas são mulheres em notícias publicadas na internet. O mesmo foi visto no ESPNW, que apesar de ser um veículo

especializado, não consultou nenhuma expert ou fonte oficial mulher para falar de futebol feminino.

No Lance!, a fonte mais procurada para falar sobre futebol feminino foi o treinador da equipe brasileira, Vadão. Ele foi a única fonte em 16 textos, mesmo em casos em que não era o personagem principal da matéria. Houve textos em que era testemunha, outros em que era especialista, e em um post foi fonte oficial, ao responder sobre a participação de Marta na abertura da Olimpíada, em post de 05-08. A própria atleta não foi fonte no texto em questão.

As matérias relativas à lesão da atacante Cristiane também tiveram Vadão como única fonte, e em um caso, uma nota oficial da CBF. A própria Cristiane e nem suas colegas de equipe foram ouvidas nestas ocasiões. As personagens femininas de mais destaque foram as atletas mais importantes da Seleção: Marta, Formiga, Cristiane, Bia e Bárbara.

No atletismo, a cobertura do Lance! priorizou fontes e narrativas masculinas. Em 56 textos analisados aparecem 79 fontes; 55 delas testemunhas, 18 oficiais, 5 experts e uma independente. Foram 55 homens, 17 mulheres e sete instituições.

Dois eventos específicos das provas masculinas receberam mais destaque do que toda a cobertura feminina: Usain Bolt; Thiago Braz e Renaud Lavillenie, o francês vaiado no pódio. Eles foram assunto de 25 textos, enquanto todas as provas femininas noticiadas somam 16 posts. Isto explica a predominância de protagonismo masculino nos textos de atletismo: foram ouvidos atletas e membros de comissões técnicas, compostas majoritariamente por homens.

As únicas mulheres fontes nas provas masculinas foram a saltadora russa Yelena Isinbayeva, como expert, em "Isinbayeva comenta ouro de Thiago Braz e diz: 'Não foi surpresa'", de 17-08, e uma representante da Ong Colour Blind-

Awareness, em reportagem que usa Usain Bolt como gancho para falar de pistas de atletismo inclusivas para daltônicos.

Quadro 4 - Categorização de fontes femininas de atletismo do Lance!

Categoria	Total
Testemunhas	15
Experts	01
Oficiais	01
Independentes	-

Nas provas femininas, também imperou o relato de fontes envolvidas diretamente com a notícia. As principais personagens foram, novamente, as próprias atletas, relatando suas experiências ao participar das provas. As únicas fontes homens entrevistadas para estes textos foram os treinadores das equipes.

Apenas cinco textos não eram sobre as velocistas Fabiana Murer e Rosângela Santos ou a saltadora Ana Cláudia Lemos. Dois falaram sobre resultados de provas vencidas por atletas estrangeiras; dois focaram em mulheres importantes para a modalidade; e um falou sobre o caso de doping russo.

ESPNW

O portal ESPNW ouviu 17 fontes em cinco textos sobre futebol. "Futebol Feminino do Brasil busca muito mais do que o ouro nos Jogos Rio-2016", do dia 16/08, é o único com menos de três entrevistados. Isto ocorre, possivelmente, devido à escolha editorial de não se pautar apenas pelo factual. Com exceção das reproduções do site oficial da ESPN, foram publicadas apenas reportagens no período analisado.

Nestes textos, a redação do site priorizou as opiniões femininas, trazendo

14 fontes mulheres. Foram ouvidos três homens e um deles foi o único especialista consultado.

Quadro 5 - Categorização de fontes femininas de futebol feminino do ESPNW

Categoria	Total
Testemunhas	14
Experts	0
Oficiais	0
Independentes	0

As testemunhas foram as principais fontes de informação para as matérias e todas as mulheres ouvidas estão nesta categoria. A contextualização das pautas se dá por relatos destas e por pesquisa de informações complementares. Não foram consultadas fontes oficiais - embora membros da comissão técnica tenham sido ouvidos, falavam em caráter de testemunha ou especialista.

Os personagens mais corriqueiros foram as jogadoras Formiga e Marta – três textos foram dedicados diretamente às jogadoras e elas aparecem ao longo dos outros dois. As outras jogadoras da Seleção Brasileira aparecem apenas em textos relacionados às duas.

O especial "Há 20 anos, 1ª geração olímpica da seleção feminina colocou as mulheres no mapa do futebol brasileiro" evidencia a importância das mulheres no esporte e traz o testemunho de quatro jogadoras daquela campanha, e do diretor esportivo daquela delegação. Vadão é citado em apenas um texto, "Marta se derrete pela torcida, e Vadão admite surpresa com goleada", de 07/08.

As modalidades do atletismo foram ignoradas pelo ESPNW – não houve

menção às provas disputadas e nem às atletas brasileiras, que não eram consideradas favoritas. As estrangeiras medalhistas também não foram assunto de *posts*. As notícias que abordam temas relacionados ao atletismo podem ser agrupadas dentro da categoria “cuidados com o corpo”, já que ofereciam suporte para os leitores que desejam começar a correr, como “Cuidados para a primeira prova de 5 km”, de 14/08.

Quadro 6 - Categorização de fontes femininas de atletismo do ESPNW

Categoria	Total
Testemunhas	0
Experts	2
Oficiais	0
Independentes	0

Nestes textos não é vista a preferência por testemunhas, presentes na cobertura do Lance! e no futebol feminino do ESPNW. As narrativas foram construídas em torno da opinião de profissionais especializados, duas mulheres e um homem, sem a palavra de praticantes. A única fonte masculina foi um especialista, diretor-técnico de um grupo de corridas. A fonte oficial é a Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC).

Considerações Finais

Rio-2016 foi a Olimpíada com maior número de atletas mulheres participantes. Até então, era a Olimpíada de Londres-2012. Na ocasião, o diário impresso do Lance! também preferiu fontes masculinas em sua cobertura

(JOHN, 2014). Mesmo representadas em diversas modalidades, nas duas edições, as mulheres não foram frequentes como fontes para as pautas. Embora em 2016 isso não seja perceptível quantitativamente no futebol feminino, é justificado, por exemplo, pela principal fonte usada nas matérias referentes a essa modalidade ser um homem. No atletismo, o destaque mínimo para atletas e fontes femininas é evidente.

Historicamente, o esporte se desenvolveu como um campo predominantemente masculino, por ser uma forma de validar atributos como força e coragem (BOURDIEU, 2010). A disparidade entre esportes masculinos x femininos pode ser explicada pelos cliques gerados pelas matérias: astros como Neymar e Usain Bolt atraem mais atenção, daí a necessidade de acompanhar seus passos de perto. A ESPNW não tem esse compromisso, portanto, não é objetivo desta pesquisa comparar diretamente os dois portais.

Ao diminuir o espaço das mulheres – tanto em número de fontes, quanto na qualificação de seus discursos – o Lance! reproduz esse estereótipo do esporte como um espaço dedicado aos homens. O site promove objetificação e erotização dos corpos em alguns textos, tema problemático para a relação das atletas mulheres com o esporte (GOELLNER, 2005), por simplificar as personagens, tratando-as como representações de beleza e sensualidade, sem enfatizar suas qualidades esportivas. Curiosamente, essas pautas coexistem com questionamentos como: Boxeadora reclama de preconceito e diz: 'Quero ser citada pelo talento', postada em 04/08.

Para Basthi (2013), posturas parecidas são comuns na imprensa brasileira, de forma geral. Portanto, é impossível afirmar que o Lance! intencionalmente reproduza pensamentos sexistas. O mais provável é que esteja repetindo conceitos já consolidados na imprensa esportiva sem questioná-los, contribuindo assim para a não problematização das representações já

existentes e perdendo a oportunidade de propiciar a circulação de outras representações, inclusive deixando de ampliar as “vozes” ouvidas pelo jornalismo esportivo, atributo essencial à prática jornalística.

No ESPNW, as mulheres são praticamente unânimes como protagonistas. Suas histórias são os principais temas das reportagens, e as fontes de praticamente todas as matérias são mulheres. Apesar disso, devido ao pouco volume de texto, algumas atletas (como Marta e Formiga) receberam destaque, enquanto outras importantes jogadoras (Bárbara, Tamires) foram sequer mencionadas; e outras modalidades, como o atletismo, não são destacadas. De todo modo, ainda que de forma esperada pela proposta editorial do veículo haja a valorização das personagens femininas, vale destacar a quase total ausência de vozes femininas experts. Embora seja positiva a valorização de outras vozes, de certo modo também a ESPNW atribui ao masculino a “voz da autoridade”.

O que se nota, portanto, como aspecto comum aos portais é a ausência de mulheres como fontes especialistas. A maioria dos textos evidencia fontes envolvidas diretamente com o fato, que têm conhecimento comprovado sobre esporte, mas falam como testemunhas dos textos noticiados – seja em entrevistas à beira do campo, seja lembrando fatos vividos no passado.

A própria comunidade esportiva dá sinais de estar lentamente buscando a inclusão, com crescimento coletivo de torcedores feministas e LGBTs, por exemplo. Portanto, ampliar as fontes ouvidas para as matérias, além de desconstruir estereótipos, também é uma maneira de colaborar de forma ativa para promover o bem-estar nas arquibancadas e arenas.

Referências

BARBEIRO, Heródoto; RANGEL, Patrícia. **Manual do jornalismo esportivo**. São Paulo: Contexto, 2013

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: 70 Ltda, 1977.

BASTHI, Angélica. Guia para Jornalistas sobre Gênero, Raça e Etnia. Brasília: ONU. Disponível em: http://www.onumulheres.org.br/wp-content/uploads/2013/01/guia_jornalistas.pdf. Acesso em 18/10/2016.

BETING, Mauro. Pago para ver. In: BOAS, Sergio Villas (org.). **Formação e Informação Esportiva: jornalismo para iniciados e leigos**. São Paulo: Summus, 2005.

BOURDIEU, Pierre; A dominação masculina. Tradução de Maria Helena Kühner. **A Dominação masculina**. 9. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2010.

COELHO, Paulo Vinicius. **Jornalismo esportivo**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2004.

DA COSTA, Leda Maria. O que é uma torcedora? Notas sobre a representação e auto-representação do público feminino de futebol. **Esporte e Sociedade**, Ano 2, número 4, Novembro de 2006 a Fevereiro de 2007. Disponível em: <http://www.lazer.eefd.ufrj.br/espsoc/>

DUNNING, Eric; MAGUIRRE, Joseph. As relações entre os sexos no esporte. **Revista de estudos feministas**. IFCS/UFRJ, Rio de Janeiro, p. 321- 48, v.5, no2, 1997.

GOELLNER, Silvana Vilodre. Mulheres e futebol no Brasil: entre sombras e visibilidades. **Revista Brasileira de 35 Educação Física e Esportes**, São Paulo, v. 19, n. 2, p. 143-151, abr./jun. 2005.

GOELLNER, Silvana Vilodre. Mulheres e futebol: Entre bolas e bonecas, a dificuldade de inserção. **Revista Pré-Univesp**. São Paulo, 2014. Disponível em: <http://pre.univesp.br/mulheres-e-futebol#.V5AOwtlrLIU>>. Acesso em 20 de julho de 2016.

GOELNNER, Silvana. Mulher e Esporte no Brasil: entre incentivos e interdições

elas fazem história. **Revista Pensar a Prática**, v. 8, n. 1, 2005.

GROSSI, Miriam Pilar. Identidade de gênero e sexualidade. 1998. Disponível em: <<http://miriamgrossi.paginas.ufsc.br/livros-artigos-e-publicacoes/artigos/>>. Acesso em: 29 de agosto de 2016.

HERSCOVITZ, Heloiza Golbspan. Análise de conteúdo em jornalismo. IN: LAGO, Claudia; BENETTI, Marcia. **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2007.

JOHN, Valquíria Michela. Jornalismo esportivo e equidade de gênero: a ausência das mulheres como fonte de notícias na cobertura dos jogos olímpicos de Londres 2012. **Estudos em Jornalismo e Mídia**. v. 11, n. 2, jul a dez de 2014.

LAGE, Nilson. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. 2.ed. Rio de Janeiro: Record, 2002.

MARTINS, L. T.; MORAES, L. Futebol feminino e sua inserção na mídia: a diferença que faz uma medalha de prata. **Pensar a Prática**, Goiânia, v. 1, n. 10, p. 69-81, jan./jun. 2007.

MICK, Jacques; LIMA, Samuel. **Perfil do jornalista brasileiro**. Florianópolis: Insular, 2013.

PEREIRA, Leonardo Affonso de Miranda. **Footballmania**. Uma história social do futebol no Rio de Janeiro, 1902-1938. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2000.

PORTAL COMUNIQUE-SE, ESPN W: emissora esportiva lança portal voltado ao público feminino. Disponível em: <<http://portal.comunique-se.com.br/jo-com/80385-ESPN-w-emissora-esportiva-lanca-portal-voltado-ao-publico-feminino>>. Acesso em 13 de março de 2016.

PORTAL ESPNW, Uma visão feminina sobre um universo de modalidades: ESPNW, o portal da mulher no esporte. Disponível em: <<http://ESPNW.ESPN.uol.com.br/uma-visao-feminina-sobre-um-universo-de-modalidades-ESPNW-o-portal-da-mulher-no-esporte/>>. Acesso em 13 de março de 2016.

PORTAL ESPNW, ESPNW in Brasil: aqui vamos nós! Disponível em: <<http://ESPNW.ESPN.uol.com.br/ESPNW-in-brasil-aqui-vamos-nos/>>. Acesso em 13 de março de 2016.

PORTAL LANCE, Mídia Kit Grupo Lance. Disponível em: < <http://hotsites.lancenet.com.br/midiakit/sobre/>>. Acesso em 20 de julho de 2016.

PORTAL RIO 2016. Disponível em: < <https://www.rio2016.com/>>. Acesso em 20 de julho de 2016.

RIBEIRO, André. **Os donos do espetáculo**: histórias da imprensa esportiva no Brasil. São Paulo: Terceiro Nome, 2007.

TEIXEIRA, Níncia Cecília Ribas Borges. Discurso publicitário e a pedagogia do gênero: representações do feminino. **Comunicação Mídia e Consumo**, v. 6, n. 17, p. 37-48, 2010.

UNZELTE, Celso. **Jornalismo Esportivo**: relatos de uma paixão. São Paulo: Saraiva, 2009.

WACC - The World Association for Christian Communication. **The Global Media Monitoring Project Report 2015**. Disponível em: <http://cdn.agilitycms.com/who-makes-the-news/Imported/reports_2015/highlights/highlights_in.pdf>. Acesso em 21 de março de 2016.