

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DE PONTA GROSSA
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
MESTRADO EM CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS**

MARCELA CAROLINE PEREIRA

**ÀS MARGENS DE UMA REVISTA ESPORTIVA: A SELEÇÃO BRASILEIRA DE
FUTEBOL FEMININA NAS PÁGINAS DA PLACAR (1991 – 2015)**

PONTA GROSSA

2018

MARCELA CAROLINE PEREIRA

ÀS MARGENS DE UMA REVISTA ESPORTIVA: A SELEÇÃO BRASILEIRA DE
FUTEBOL FEMININA NAS PÁGINAS DA PLACAR (1991 – 2015)

Dissertação submetida para obtenção parcial
do título de Mestre no Programa de Pós-
Graduação em Ciências Sociais Aplicadas da
Universidade Estadual de Ponta Grossa
(UEPG).

Orientador: Prof. Dr. Miguel Archanjo de
Freitas Jr.

Co-orientador: Prof. Dr. Felipe Simão Pontes

PONTA GROSSA

2018

Ficha Catalográfica
Elaborada pelo Setor de Tratamento da Informação BICEN/UEPG

P436 Pereira, Marcela Caroline
 Às margens de uma revista esportiva: a
 seleção brasileira de futebol feminina nas
 páginas da Placar (1991 - 2015)/ Marcela
 Caroline Pereira. Ponta Grossa, 2018.
 131f.

 Dissertação (Mestrado em Ciências
 Sociais Aplicadas - Área de Concentração:
 Cidadania e Políticas Públicas),
 Universidade Estadual de Ponta Grossa.

 Orientador: Prof. Dr. Miguel Archanjo
 de Freitas Jr..

 Coorientador: Prof. Dr. Felipe Simão
 Pontes.

 1.Revista-esportiva. 2.Placar.
 3.Futebol-feminino. 4.Gênero. I.Freitas
 Jr., Miguel Archanjo de. II. Pontes,
 Felipe Simão. III. Universidade Estadual
 de Ponta Grossa. Mestrado em Ciências
 Sociais Aplicadas. IV. T.

CDD: 302.23

TERMO DE APROVAÇÃO

Marcela Caroline Pereira

AS MARGENS DE UMA REVISTA ESPORTIVA: A SELEÇÃO BRASILEIRA
DE FUTEBOL FEMININA NAS PÁGINAS DA PLACAR (1991-2015)

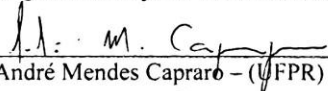
Dissertação aprovada como requisito parcial para obtenção do grau de
Mestre no Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais Aplicadas,
Setor de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Estadual de Ponta
Grossa, pela seguinte banca examinadora:

Ponta Grossa, 02 de março de 2018.

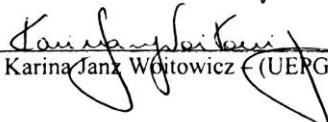
Assinatura pelos Membros da Banca:



Dr. Miguel Archanjo de Freitas Junior - (UEPG) – Presidente



Dr. André Mendes Capraro – (UFPR)



Dra. Karina Janz Wójtowicz – (UEPG)

Dr. Fernando Renato Cavichioli – (UFPR) – Suplente Externo

Dr. Bruno Pedroso – (UEPG) – Suplente Interno

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, agradeço a Deus por ter me conduzido e me abençoado, colocando pessoas especiais em minha trajetória, as quais me ajudaram a superar as dificuldades para que eu chegasse até o final dessa dissertação.

Aos meus familiares, especialmente a minha mãe Angela da Silva e meu pai Marcio Pereira, pois foram os grandes responsáveis pelos meus primeiros passos, permaneceram me incentivando e certamente neste momento, tiveram os mais sinceros sentimentos ao meu lado, se entristecendo com minhas dificuldades e se alegrando diante de minhas conquistas.

Ao Professor e orientador Miguel Archanjo de Freitas Junior, pela confiança ao me conceder essa oportunidade, pelo esforço nas orientações, pela amizade construída durante todo esse tempo e pelo exemplo de responsabilidade e profissionalismo, que certamente me orientam em minha trajetória

Ao Professor e co-orientador Felipe Simão Pontes pelo esforço e paciência nas orientações, as quais contribuíram significativamente para efetivação dessa dissertação.

Ao Prof. Dr. André Mendes Capraro, pelas considerações significativas durante a construção dessa dissertação e pelo tempo dedicado na avaliação deste estudo.

A Prof. Dra. Karina Janz Woitowicz, pelas explicações realizadas durante as aulas e conversas significativas para construção dessa dissertação e pelo tempo dedicado na avaliação deste estudo.

A todos os professores e professoras do Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais Aplicadas, em especial a coordenadora Prof. Dra. Édina Schimanski, que não mediu esforços para a realização desta pesquisa.

Aos amigos do grupo de estudos Esporte, Lazer e Sociedade (UEPG). Em especial, ao Edilson de Oliveira, Diego Petyk de Souza, Erica Fernanda de Paula, Wendell Luiz Linhares e Bruno José Gabriel por toda contribuição durante as pesquisas e pela amizade dedicada nos momentos de alegria e dificuldades.

Aos que tiveram paciência e me apoiaram sempre que necessário para efetivação do mestrado, em especial a Karoline Coelho de Andrade e Souza, Lorene Camargo, Claudia Moraes e Silva Pereira, Karolyne Wolff, Priscila Santos Gonçalves.

A CAPES, pelo financiamento desta dissertação.

RESUMO

O objetivo deste estudo é analisar o conteúdo dos textos publicados na revista *Placar*, sobre a seleção brasileira de futebol feminino, nos anos de Mundial (1991, 1995, 1999, 2003, 2007, 2011, 2015) e Jogos Olímpicos (1996, 2000, 2004, 2008, 2012), duas das principais competições desta modalidade. Para atingir os resultados, utilizaram-se os aportes teórico-metodológicos da Análise de Conteúdo, que direcionou a análise dos textos jornalísticos. Encontrou-se 58 publicações mencionando a seleção brasileira feminina, dispostas em 34 das 130 edições a que se obteve acesso. Tendo em vista o número de edições e de textos publicados ao longo dos 12 anos analisados, constatou-se a baixa frequência de publicações sobre a seleção feminina de futebol na revista *Placar*, comparado a outras modalidades, sobretudo, o futebol masculino. Além disso, na análise do conteúdo dos textos verificou-se que a revista fez alusões acerca de categorias como gênero, classe, raça e etnia quando tratam das jogadoras da seleção. A partir de 2004, os conteúdos passaram a enfatizar a representação da seleção brasileira de futebol feminino pelas jogadoras Marta e Cristiane, as quais são exaltadas pela revista *Placar*, devido à atuação das atletas na seleção e às conquistas no universo futebolístico. Por meio deste estudo, pode-se concluir que a *Placar* reflete em seu conteúdo as lutas das jogadoras de futebol, ao relatar as trajetórias e as dificuldades das atletas que efetivamente representaram a seleção brasileira de futebol feminino nas competições. No entanto, reforçam o preconceito em relação a elas, na medida em que comparam a outras jogadoras (modelos), as quais possuem os padrões de gênero, classe e raça normativos hegemônicos. Os termos utilizados pela revista, para referir-se as jogadoras da seleção, são essencialistas e demonstram implicitamente as estratégias de espetacularização dos corpos, as quais foram ofertadas pelo campo jornalístico e esportivo, bem como utilizadas pelas atletas na tentativa de ganhar legitimidade. Compreende-se que a baixa frequência de aparição da seleção feminina na revista resultou na invisibilidade do futebol feminino frente ao público leitor.

Palavras-chave: Revista-esportiva. *Placar*. Futebol-feminino. Gênero.

ABSTRACT

The objective of this study is to analyze the content of the texts, published in the magazine Placar about the Brazilian women's soccer team in World Cup years (1991, 1995, 1999, 2003, 2007, 2011, 2015) and Olympic Games (1996, 2000, 2004, 2008, 2012), two of the main competitions of this modality. To reach the results, the theoretical-methodological contributions of the Content Analysis were used, which directed the examination of journalistic texts. There were 58 publications mentioning the Brazilian female soccer team, arranged in 34 of the 130 editions that were accessed. Considering the number of editions and texts published during the 12 years analyzed, the low frequency of publications about the female soccer team in the magazine Placar was verified, when compared to other modalities, specially, the masculine soccer. Moreover, in the analysis of the content of the texts it was also verified that the magazine alluded about categories such as gender, class, race and ethnicity when dealing with the players of the women's team. From 2004, the contents emphasize the representation of the Brazilian women's soccer team by exposing Marta and Cristiane, who are exalted by the magazine, because of the performance of these athletes in the team and their individual achievements. Through this study, it is possible to conclude that Placar reflects the fight of the female players soccer when reporting trajectories and difficulties of athletes that effectively represented the Brazilian female team on competitions. However, the magazine reinforces the prejudice, in order to compare those athletes to others female players soccer (models), which represent the normative hegemonic standards of gender, class and race. The terms used by the magazine to refer to the players of the team are essentialist and demonstrate the strategies of spectacularization of the bodies which were offered by the field of journalism and sports, as well as used by the athletes in attempt to gain legitimacy. It is understood that the low frequency of appearance of women's team in the magazine resulted in the invisibility of women's football among the public.

Keywords: Sports magazine. Placar. Women's soccer. Gender.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Placar, abril de 1971	59
Figura 2 – Placar, junho de 1988.....	79
Gráfico 1 – Frequência de publicações realizadas pela revista Placar sobre a seleção brasileira de futebol feminina por ano. (1991 – 2015).....	88
Figura 3 – Placar, agosto de 1995	92
Figura 4 – Placar, sem mês, 2008.....	93
Figura 5 – Placar, julho de 2012	94
Figura 6 – Placar, junho de 1995.....	96
Figura 7 – Placar, junho de 1995.....	97
Figura 8 – Placar, agosto de 1995	98
Figura 9 – O dualismo entre as jogadoras da seleção brasileira de futebol feminino e a imagem idealizada esteticamente (PLACAR, 1996).....	103
Figura 10 – Placar, maio de 2000.....	105
Figura 11 – Placar, julho de 2012	117

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Número de textos publicados pela revista Placar sobre a seleção brasileira de futebol feminino nos Mundiais (1991-2015).....86

Tabela 2 – Número de textos publicados pela revista Placar sobre a seleção brasileira de futebol feminino nos Jogos Olímpicos (1996-2012).....87

LISTA DE SIGLAS

AC	Análise de Conteúdo
CBD	Confederação Brasileira de Desportos
CBF	Confederação Brasileira de Futebol
COI	Confederação Olímpica Internacional
CND	Conselho Nacional de Desportos
EUA	Estados Unidos da América
FIFA	Federação Internacional de Futebol

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	10
1 ASPECTOS METODOLÓGICOS.....	16
1.1 DEFINIÇÃO E FUNÇÃO DA ANÁLISE DE CONTEÚDO	17
1.2 A PRÉ- ANÁLISE	19
1.3 EXPLORAÇÃO DO MATERIAL.....	23
1.3.1 Codificação.....	23
1.3.2 Categorização	24
1.4 O TRATAMENTO DOS RESULTADOS, A INFERÊNCIA E A INTERPRETAÇÃO	26
2 AS ESTRUTURAS INVISÍVEIS DO CAMPO E AS RELAÇÕES DE GÊNERO .	27
3 AS ESTRUTURAS DO CAMPO JORNALÍSTICO E A REVISTA PLACAR	43
3.1 JORNALISMO DE REVISTA ESPORTIVA	47
4 SINGULARIDADES DE UMA REVISTA ESPORTIVA: PLACAR.....	53
4.1 CONTEXTO HISTÓRICO, ECONÔMICO E POLÍTICO DA REVISTA PLACAR..	53
5 A SELEÇÃO BRASILEIRA DE FUTEBOL FEMININO NA REVISTA PLACAR	81
5.1 LEITURA QUANTITATIVA DAS PUBLICAÇÕES SOBRE A SELEÇÃO BRASILEIRA DE FUTEBOL FEMININO	81
5.2 LEITURA QUALITATIVA DAS PUBLICAÇÕES SOBRE A SELEÇÃO BRASILEIRA DE FUTEBOL FEMININO	91
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	119
REFERÊNCIAS	123
ANEXO A.....	128

INTRODUÇÃO

A participação feminina no campo esportivo apareceu como uma possibilidade no início do século XX, para as camadas mais ricas da sociedade brasileira, através de modalidades como o remo, natação, tênis e o hipismo. Em seguida, estendeu-se a outras modalidades, de forma paulatina, sofrendo influência dos ideais de urbanização que contornavam o país. Compreendia-se que a mulher deveria ser inserida como consumidora de diversão e práticas esportivas, capazes de equilibrar as funções do organismo e auxiliar na saúde do indivíduo (MOURÃO, 2000; GOELLNER, 2005).

Por outro lado, o esforço físico, a rivalidade, os músculos delineados desenvolvidos através de determinados esportes, na visão de alguns grupos conservadores, eram associados à virilidade masculina, podendo causar lesões no corpo da mulher ou afastá-la do ideal de feminilidade. A presença de alguns conflitos “[...] mesclava-se a herança de um recente passado colonial [...] e o devir de um futuro moderno” (GOELLNER, 2005, p. 92).

Este fato é mais um dos exemplos que demonstram que a inserção da mulher no campo esportivo ocorre de forma peculiar, não fazendo parte da pauta reivindicatória dos movimentos feministas que buscavam a participação das mulheres na sociedade. Segundo Moura (2003), esses movimentos sociais preocupavam-se em maior grau com questões intelectuais, trabalhistas e políticas. Desta forma,

Não houve, na história da emancipação esportiva da mulher brasileira, confrontos, lutas por espaço, e sim um processo lento de infiltração, que se consolida na prática e no exercício da interação [...] Não houve, no esporte, um movimento feminino - menos ainda feminista - pela equalização de gênero (MOURÃO, 2000, p. 8).

Ainda neste sentido restritivo da participação feminina, cabe destacar a promulgação da Lei n. 3.199/1941, instituída pelo Conselho Nacional de Desportos (CND) que controlava as práticas esportivas no país, determinando através do art. 54º o encerramento da prática de desportos incompatíveis com as condições da natureza feminina. Mourão (2000), Franzini (2005) e Goellner (2005) associam a condição da natureza da mulher, expressa na lei, a aspectos de fragilidade e delicadeza. Isto é, a exclusão da mulher na prática de algumas modalidades esportivas se deu com base em características construídas socialmente, que determinaram os papéis de homens e mulheres na sociedade, os quais foram designados a partir de diferenças anátomo-fisiológicas entre os sexos biológicos.

Diante disso, pode-se perceber que o gênero, construído com base no sexo biológico, foi uma categoria que determinou as relações de poder no campo esportivo. É o que demonstra Scott (1990), ao compreender o gênero como um elemento construído através de relações sociais, subsidiado nas diferenças existentes entre os sexos biológicos, somado ao fato de que sua construção pode ser uma primeira forma de dar significado às relações de poder.

O suor excessivo, o esforço físico, as emoções fortes, as competições, a rivalidade consentida, os músculos delineados, os gestos espetacularizados do corpo, a liberdade de movimentos, a leveza das roupas e a seminudez, práticas comuns ao universo da cultura física, quando relacionadas à mulher, despertavam suspeitas porque pareciam abrandar certos limites que contornavam uma imagem ideal de ser feminina. Pareciam, ainda, desestabilizar o terreno criado e mantido sob domínio masculino cuja justificativa, assentada na biologia do corpo e do sexo, deveria atestar a superioridade deles em relação a elas (GOELLNER, 2006, p. 85).

Dessa forma, modalidades que exigiam as características elencadas pela autora supracitada, foram proibidas para mulheres. No ano de 1965, o CND implementou o decreto com a deliberação número 7/65, que em seu item 2 proibia a prática de lutas de qualquer natureza, do futebol, do polo, do polo aquático e do rúgbi.¹ Embora o discurso da interdição das mulheres, em esportes considerados ofensivos para sua natureza, tenha apresentado resultados férteis, muitas delas vivenciavam as práticas esportivas, independentemente dos discursos moralizantes e hegemônicos da proibição (FRANZINI, 2005).

Dentre as modalidades proibidas para a prática feminina, o futebol foi um esporte que se consolidou e obteve um espaço hegemônico no Brasil, pois fez/faz parte da vida de milhares de brasileiros (DAMATTA, 1982; DAOLIO, 2006). Entretanto, foi construída histórica e culturalmente como uma modalidade eminentemente masculina e masculinizante, devido aos aspectos de virilidade e força física, associados a sua prática. (FRANZINI, 2005; TEIXEIRA; CAMINHA, 2013; GABRIEL, 2015).

No entanto, mesmo com a emersão de limitantes sociais e políticos em relação à prática futebolística, as mulheres não deixaram de participar desse universo. Moura (2003) verificou, por meio de jornais, a existência de times femininos desde o início do século XX e que, mesmo diante da proibição, a prática continuou ocorrendo, sobretudo nos subúrbios.

A partir da década de 1980, ocorreu um aumento efervescente na prática do futebol feminino em nível mundial. Esse crescimento culminou nos anos de 1990 em alguns avanços,

¹ Essa lei foi revogada em 1979. BRASIL. Conselho Nacional de Desportos e Conselhos Regionais de Desportos. Lei nº. 3199. 14 de Abril de 1941. Rio de Janeiro. Abr. 1941.

assim como destacou Franzini (2005, p. 315): “[...] a própria criação da versão feminina da Copa do Mundo é fruto desse processo de organização e institucionalização”. No Brasil, com a revogação do Decreto em 1979, o futebol feminino passou ser reconhecido como esporte pelo CND. Como resultado deste *boom*, destacaram-se times importantes, como o Radar² e foi estabelecida a primeira seleção brasileira de futebol feminino para a participação em eventos como a Copa do Mundo (1991) e Jogos Olímpicos (1996).

Com a participação do Brasil nas competições supracitadas, os veículos de comunicação impressos passaram a publicar sobre a seleção feminina de futebol. Segundo Rocco Junior e Belmonte (2014), o jornalismo desde o início do século XX foi um campo que teve uma relação preponderante com o esporte, sobretudo, na modalidade futebolística. Moura (2003), Franzini (2005), Mourão e Moraes (2005) e Moraes (2012) demonstram que o futebol feminino, por sua vez, não foi diferente, pois sempre esteve presente nos veículos de comunicação no Brasil, desde a década de 1910. No entanto, a cobertura jornalística impressa era efêmera e os conteúdos publicados na década de 1940, até aproximadamente 1980, corroboravam com as barreiras políticas existentes na sociedade, aconselhando a prática de modalidades “condizentes” ao corpo feminino.

Nesse sentido, Traquina (2005) compreende que o jornalismo/jornalistas, marcados por significações internas, como subjetividades, valores e cultura, produzem sentidos através da construção social de um discurso da realidade. Dessa forma, considera-se a importância desta estrutura, devido à sua capacidade de produzir/reproduzir e reforçar afirmativas, crenças, mitos, valores e representações referentes ao futebol feminino, assim como a outros espaços sociais (SILVEIRA, 2006).

Diante dessas relações que envolvem o campo jornalístico, Bourdieu (2005) fornece o conceito de campo como uma ferramenta de pesquisa que permite analisar os universos sociais, os quais exercem efeitos um sobre o outro, por maior que seja sua relativa autonomia. Esse conceito é necessário para uma reflexão combativa, pois, quando lemos um discurso no jornal, num livro ou na televisão, a tendência é tentar explicar ou julgar o que se observou, utilizando recursos da sociologia espontânea (senso comum), com intuito de atribuir a responsabilidade aos agentes (indivíduos ou instituições) pertencentes àquele espaço. No entanto, para o autor, pode-se compreender os efeitos de um campo sobre o outro, através de uma análise das estruturas invisíveis existentes, que são os próprios campos.

² Equipe de futebol feminino do Rio de Janeiro que teve início em 1982, conquistando vários títulos nacionais e internacionais, comandado por Eurico Lira. Disponível em: <<http://www.ultimadivisao.com.br/futebol-feminino-no-brasil-a-historia/>>. Acesso em: 12 jun. 2015.

Para compreender essas estruturas, é necessário perceber as posições dos agentes no campo, tendo em vista que, quanto maior for seu capital simbólico, maior será seu poder influenciador/legitimador na sociedade. O capital simbólico é a medida do reconhecimento (prestígio ou carisma) que o agente dispõe em um campo (BOURDIEU, 2003).

Diante disso, compreende-se que alguns veículos adquiriram uma alta capacidade influenciadora, a qual pode contribuir para produzir e reproduzir certas maneiras de ver ou pensar a mulher futebolista na sociedade brasileira. Dentre esses veículos, a revista *Placar* tornou-se uma agente que dispõe de alto capital simbólico, no campo jornalístico dos periódicos esportivos. Tal compreensão incide sob alguns fatores: a) É uma revista que possui especialidade no campo esportivo e, especificamente, destacou-se no direcionamento dado ao futebol. b) Segundo Rocco Junior e Belmonte (2014), mesmo com suas diversas modificações editoriais, é a revista segmentada mais antiga que circula no Brasil. c) É um periódico de abrangência nacional. d) Foi um dos meios de comunicação que abordou múltiplas matérias sobre o futebol feminino, a partir da década de 1980 (SALVINI; JUNIOR, 2013).

A partir desse contexto, o objetivo deste estudo foi analisar os textos³ publicados na revista *Placar*, sobre a seleção brasileira de futebol feminino, procurando responder a seguinte questão: qual é a visão⁴ expressa nos textos da referida revista sobre a seleção brasileira de futebol feminino, nos anos das duas principais competições desta modalidade? Para tanto, foram analisados os textos publicados nos anos do Mundial Feminino (1991, 1995, 1999, 2003, 2007, 2011, 2015) e dos Jogos Olímpicos (1996, 2000, 2004, 2008, 2012).

Essa baliza temporal justifica-se por meio de uma etapa exploratória, momento em que se iniciou a leitura flutuante e o primeiro contato com o material. Após verificar algumas edições publicadas a partir de 1988⁵, encontraram-se inicialmente 11 publicações sobre a seleção, estando nove delas localizadas nos anos em que ocorreram o Mundial Feminino e os Jogos Olímpicos. Dessa forma, emergiu a hipótese de que a revista *Placar* publicou textos sobre a seleção de futebol feminina, com maior frequência nesses períodos, e, portanto, optou-se por verificar e analisar as edições publicadas somente nos anos de ocorrência desses

³ Os artigos abarcam todos os gêneros textuais de jornal como reportagem, notícias, crônicas, editorial, nota, entre outros que, em algum momento, mencionaram a temática proposta por este estudo.

⁴ Utiliza-se o termo “visão”, a partir da teoria proposta por Bourdieu (1996), que compreende os *Habitus* como princípios de visão/divisão, os quais orientam a percepção dos agentes. Esse conceito está desenvolvido no capítulo teórico, nas páginas 28-30.

⁵ O ano de 1988 serviu como marco temporal, pois a revista *Placar* publicou um texto mostrando a primeira seleção brasileira de futebol feminina, que competiu no torneio internacional de futebol feminino, que ocorreu na China. A equipe comandada tecnicamente por João Varela ficou em terceiro lugar nesse campeonato, que reunia 12 seleções do mundo todo e obteve a experiência preparatória para a primeira Copa do Mundo, em 1991.

eventos. Nesse sentido, Mourão e Morel (2005), ao analisarem alguns periódicos⁶, demonstram que o futebol feminino sofre um efeito sanfona, na medida em que as matérias sobre ele são publicadas em alguns períodos, mas posteriormente são interrompidas por algum motivo. O *J. Folha de S. Paulo*, por exemplo, publicou sobre a temática de forma sazonal, aumentando a frequência nos períodos de Mundial feminino e Olimpíadas (GABRIEL, 2015).

A proposta deste estudo justifica-se em virtude da compreensão de que o campo esportivo é um microcosmo, dotado de leis próprias, e que faz imposições, mas também está submetido à leis/pressões externas estabelecidas pelo macrocosmo, um mundo social global que o envolve (BOURDIEU, 2004). Portanto, estudar o esporte, ou especificamente o futebol, permite encontrar fenômenos similares ocorridos em outros espaços sociais, bem como perceber as influências internas e externas desse campo (subcampo). Assim, esta análise possibilita compreender aspectos históricos, culturais e sociais da sociedade brasileira sobre o futebol feminino.

Além disso, a incorporação do futebol nos veículos jornalísticos, como uma modalidade masculina, pode produzir/reproduzir ou reforçar determinadas concepções sociais e culturais que contribuem com a segregação e o preconceito da mulher futebolista. Bourdieu (1997) destaca que existe uma série de mecanismos, a qual permite que os veículos de comunicação exerçam uma maneira particular de violência simbólica⁷ contra os cidadãos. Dessa forma, a ciência sociológica pode contribuir para reduzir esta violência simbólica, que ocorre através das relações de comunicação por meio da mídia, pois a sociologia funciona como um esporte de combate, que fornece uma forma de defesa aos diversos tipos de violência simbólica (BOURDIEU, 2005).

Pensar problemas sociais e políticos – como desigualdade da mulher nos campos da sociedade –, por um viés de luta pela justiça social, é questionar o discurso dominante, que naturaliza a dominação social, seja por classificações de classe, raça ou gênero. Segundo Bourdieu (2005), a dominação é interiorizada nos agentes por meio da construção do *habitus* antagônico, que está na lógica das coisas e nas disputas existentes nos campos. Sendo assim, o próprio dominado naturaliza as relações de poder, legitimando essa ordem social, como

⁶ O Globo/RJ, Jornal dos Sports/RJ, Jornal do Brasil/ RJ, O Dia/RJ, Hoje em dia/ BH, entre outros (MOURÃO, MOREL, 2005).

⁷ “A violência simbólica é uma violência que se exerce com a cumplicidade tácita dos que a exercem, na medida em que uns e outros são inconscientes de exercê-la ou sofrê-la” (BOURDIEU, 1997, p. 22).

também a naturalizando. Nesse sentido, Bourdieu (2005) compreende que o conceito de campo permite entender as disputas de poder, tentando conhecer os modos com que a sociedade condiciona essas relações entre dominado e dominante, tornando-se uma ferramenta de combate das dominações que geram injustiças sociais.

Para realizar a discussão da temática proposta, optou-se por construir cinco capítulos. No primeiro, apresenta-se o tópico introdutório com a problematização e o objetivo da pesquisa, em seguida outro tópico com os procedimentos metodológicos, demonstrando as escolhas e os caminhos traçados para o alcance dos resultados e a interpretação final. No segundo, descreve-se as estruturas do conceito de campo, proposto por Pierre Bourdieu, que auxiliou na análise das hierarquias presentes no campo esportivo, mais especificamente no futebol feminino. Posteriormente, apresenta-se o conceito de gênero como uma categoria, que nos permite realizar uma análise entre as relações de poder existentes nos campos sociais. No terceiro capítulo, relata-se as propriedades fundamentais e a lógica de funcionamento do campo jornalístico de revista esportiva, buscando-se contextualizar a estrutura da *Placar* nesse campo. Por fim, no capítulo quatro, descreve-se os resultados, apresentando o conteúdo do periódico sobre a seleção brasileira de futebol feminino, o qual foi analisado à luz das abordagens teóricas.

1 ASPECTOS METODOLÓGICOS

O delineamento deste estudo apresenta-se como uma pesquisa documental, na qual foram analisados textos publicados pela revista *Placar* sobre a seleção brasileira de futebol feminina, nos anos de Jogos Olímpicos e Copa do Mundo. Para tanto, optou-se pelos aportes metodológicos da Análise de Conteúdo (AC), por considerar que ela fornece “Um conjunto de instrumentos metodológicos cada vez mais subtis em constante aperfeiçoamento, que se aplicam a <<discurso>> (conteúdos e continentes) extremamente diversificados” (BARDIN, 1977, p. 9).

A AC é um método misto, que abrange análises qualitativas e quantitativas. George (1959 apud BARDIN, 1977, p. 18) compreende a análise quantitativa como o levantamento da frequência em que surgem certas características no conteúdo; e a análise qualitativa, pela presença ou ausência de uma dada característica no conteúdo, ou um conjunto de características num determinado fragmento da mensagem (BARDIN, 1977, p. 18).

De acordo com Bardin (1977), a AC é um encadeamento de técnicas de análise com procedimentos sistematizados, que buscam descobrir o sentido de uma mensagem, os quais estão dispostos em três momentos: Pré-análise; Exploração do material; O tratamento dos resultados, a inferência e a interpretação. Para Bardin (1977, p. 24):

Apelar para estes instrumentos de investigação laboriosa de documentos é situar-se ao lado daqueles que, de Durkheim a P. Bourdieu passando por Bachelard, querem dizer não <<a ilusão da transparência>> dos factos sociais, recusando ou tentando afastar os perigos da compreensão espontânea. É igualmente <<tornar-se desconfiado>> relativamente aos pressupostos, lutar contra a evidência do saber subjectivo, destruir a intuição em proveito do <<construído>>, rejeitar a tentação da sociologia ingênua, que acredita poder apreender intuitivamente as significações dos protagonistas sociais, mas que somente atinge a projecção da sua própria subjectividade.

Para cumprir com o objetivo da metodologia, em romper ao máximo com a familiaridade frente ao objeto e com uma leitura simplista da realidade, foi necessário compreender a aplicação das técnicas da AC e os aspectos que permeiam sua definição. Para tanto, utilizou-se especificamente a obra de Bardin (1977), por ser uma das principais representantes que expõem os pressupostos metodológicos da AC (GABRIEL, 2015). Sendo assim, o texto deste capítulo é apresentado em dois tópicos: primeiramente, a definição e função da AC, para então descreveras fases procedimentais, as quais estão articuladas com os procedimentos realizados na dissertação.

1.1 DEFINIÇÃO E FUNÇÃO DA ANÁLISE DE CONTEÚDO

A AC pode ser apropriada por vários campos da ciência – sociólogos, historiadores, psicólogos, literários, publicistas, entre outros que queiram analisar um tipo de mensagem e realizar um tipo de interpretação (BARDIN, 1977). Para cada tipo de texto, o instrumento metodológico da AC tem a flexibilidade de ser adaptado, não existe algo “pronto para vestir”, podendo ser adequado em vários casos. No entanto, é necessário levar em consideração alguns princípios.

Primeiramente, entender as bases teóricas sobre a AC. Franco (2008, p. 19) salienta que o ponto de partida da AC é a mensagem, seja ela “[...] verbal (oral ou escrita), gestual, silenciosa, figurativa, documental ou diretamente provocada”. Uma mensagem expressa determinadas representações sociais, as quais são construídas histórica/socialmente, influenciando no dia-a-dia das pessoas e na comunicação de expressões verbais ou comportamentais, carregadas de componentes cognitivos, subjetivo, afetivo, valorativo e que podem ser transformados historicamente. Nesse sentido, a autora reforça a relevância em uma análise de considerar o contexto do emissor da mensagem, ou seja, as condições sociais, econômicas, culturais e o aspecto histórico. Outra questão importante na AC é a relevância teórica existente nas descobertas, portanto, a informação da pesquisa deve estar relacionada a outros dados/características do emissor e essas relações devem ser subsidiadas por uma teoria. Franco (2008) compreende que toda a AC deve implicar comparações contextuais.

Na AC, leva-se em conta uma concepção crítica e dinâmica da linguagem, pois ela se constrói na realidade, elaborando representações sociais em diferentes momentos históricos e fazendo interação entre linguagem, pensamento e ação. Dessa forma, considera-se o que está latente na mensagem e não somente o que é observável ou explícito. A metodologia embasa-se na hermenêutica, trazendo a complexidade da diferença entre significado e sentido. Sendo assim, a semântica torna-se fundamental na AC, não somente para o estudo da língua, mas, sobretudo para uma descrição, uma análise, interpretação do sentido que os indivíduos atribuem às mensagens, sejam elas verbais ou não verbais (FRANCO, 2008).

Outra característica bastante relevante é o rigor em uma análise crítica e reflexiva, que emprega técnicas que rompam com familiaridade da pesquisadora frente ao objeto de análise. Bardin (1977, p. 24) relata que empregar os procedimentos rigorosamente “É dizer não << à leitura simples do real>> sempre sedutora, forjar conceitos operatórios, aceitar o carácter provisório de hipóteses, definir planos experimentais ou de investigação”. Essas técnicas

colaboraram para despistar as primeiras impressões emergidas nas mensagens e foram aplicadas sem perder de vista a razão pela qual foram construídas e utilizadas. Assim, o refinamento durante a aplicação do método possibilitou verificar efetivamente se as hipóteses que emergiram na leitura flutuante, em um primeiro momento, seriam validadas na fase final. Para isso, foi necessário enriquecer a leitura e descobrir conteúdos que confirmaram ou não as hipóteses.

A AC oscila em dois polos: a) o desejo do rigor e a importância da descoberta; e b) a adivinhação, transcendendo as aparências. Para ser aplicada em todas as formas de comunicação, é importante que se evidencie suas funções: heurística, sendo o enriquecimento da exploração do material analisado, aumentando as chances de chegar próximo das descobertas; e a administração da prova, sendo a formulação de hipóteses em forma de questões ou afirmações provisórias (FRANCO, 2008).

Feita a apropriação das bases teóricas que permeiam a AC, pode-se compreender sua definição: “[...] é um procedimento de pesquisa que se situa em um delineamento mais amplo da teoria da comunicação e tem como ponto de partida a mensagem” (FRANCO, 2008, p. 23). A AC é um conjunto de procedimentos que busca construir técnicas parciais, mas complementares, realizando uma sistematização do conteúdo, com a contribuição de indicadores passíveis ou não de serem quantificados. Isso possibilitará realizar deduções lógicas sobre a mensagem, levando em consideração o contexto do emissor.

Para Bardin (1977, p. 37), a AC se resume da seguinte maneira:

É um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos sistemáticos e objectivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens.

De acordo com a autora, o encadeamento das técnicas de análise com procedimentos sistematizados divide-se em três momentos, durante a organização da AC, percorridos em três polos cronológicos: pré-análise; exploração do material; e o tratamento dos resultados, a inferência e a interpretação.

1.2 A PRÉ-ANÁLISE

Nesse momento, realizaram-se as primeiras buscas, estabelecendo um primeiro contato com o material analisado na etapa da leitura flutuante. A pesquisadora elaborou um planejamento sistemático da análise, projetando sempre que possível a ocorrência de alterações necessárias ao longo da investigação.

A etapa de pré-análise possui três finalidades na pesquisa. Primeiramente, realizou-se a escolha dos textos jornalísticos sobre a seleção brasileira de futebol feminino, nos anos de Copa do Mundo e Jogos Olímpicos, para análise; em seguida, ocorreu a formulação das hipóteses de acordo com o objetivo proposto no estudo; por fim, foram elaborados os indicadores a serem confirmados ou infirmados na interpretação final. Estes aspectos resultaram em cinco procedimentos inerentes a esta fase:

1) **Leitura Flutuante:** objetivou conhecer o texto, estabelecendo o primeiro contato com o material. Segundo Franco (2008, p.52), “[...] deixando-se invadir por impressões, representações, emoções, conhecimentos e expectativas [...]”. Progressivamente, em decorrência das hipóteses e teorias que vão emergindo, a leitura se tornou mais precisa.

Na leitura flutuante, foi necessário selecionar o *corpus* a ser analisado. Para tanto, as matérias sobre a seleção brasileira de futebol feminino foram buscadas em um veículo impresso. Essa escolha fundamenta-se na significância da manutenção da mídia impressa na sociedade, mesmo diante da emergência de outros veículos de comunicação, como a TV, o rádio e a *internet* (PONTES; SILVA, 2012). Optou-se pela análise de uma revista, pelo fato de que seu jornalismo constrói suas matérias acerca dos acontecimentos de forma diferenciada, em relação ao jornal diário. Segundo Rocco Junior e Belmonte (2014), a revista trata dos assuntos com base nos fatos de forma mais profunda e ampla, buscando trazer novas informações e outros enfoques sobre acontecimentos já debatidos pelos jornais. Ou seja, “Uma publicação semanal, quinzenal ou mensal pode fazer uma apuração mais detalhada de fatos ocorridos durante sua produção e edição. Desta forma, a revista possibilita a realização de um jornalismo mais analítico”. (ROCCO JR.; BELMONTE, 2014, p. 5).

A revista *Placar* foi escolhida como objeto de análise deste estudo no campo jornalístico esportivo, pois se tornou uma agente que dispõe de alto capital simbólico, como citado na introdução deste estudo.

As buscas para coleta das matérias, sobre a seleção brasileira de futebol feminino na revista em questão, foram realizadas através de dois acervos. O acervo *online Placar*

*Magazine do Google books*⁸, que disponibilizou o mecanismo de busca Ctrl + F, que abre um campo de pesquisa na revista selecionada. Para verificar a fidedignidade do mesmo, realizaram-se alguns testes: de início, efetuou-se a leitura de algumas revistas na íntegra, buscando publicações sobre a seleção brasileira de futebol feminino. A partir disso, os textos encontrados foram demarcados e, com base neles, emergiram as palavras-chave de busca – “futebol feminino” e “seleção”. Posteriormente, nestas mesmas revistas, utilizaram-se as categorias pré-estabelecidas para pesquisar por meio do atalho Ctrl + F, chegando ao mesmo número de textos encontrados, quando as revistas foram folheadas na íntegra, caracterizando o mecanismo como positivo.

No entanto, o primeiro acervo disponibilizou 94 das 145 edições publicadas pela *Placar*, nos anos estabelecidos para análise. Diante disso, foi necessário recorrer à editora *Abril*, buscando informações sobre a possibilidade de acesso ao acervo completo. A indicação ofertada pela editora foi a Fundação Biblioteca Nacional/Coordenadoria de Publicações Seriadas, situada no Rio de Janeiro. No entanto, com a presença no acervo, pode-se verificar que ele não estava completo, como mencionado nas informações da editora e pela própria Biblioteca Nacional. Dessa forma, entre as 51 revistas ausentes no *Google books*, foi possível encontrar 28 edições, resultando em 23 edições faltantes.

As revistas estavam disponíveis na Biblioteca Nacional e foi necessário folheá-las na íntegra para encontrar as publicações sobre a seleção feminina, as quais foram fotografadas pela pesquisadora. Para isso, foi preciso assinar um termo de responsabilidade, para utilização das imagens e dos documentos obtidos, o qual se encontra disponível em anexo, ao final da dissertação.

2) Escolha dos Documentos: os documentos foram selecionados com base no objetivo previamente estabelecido, qual seja, analisar os textos publicados na *Placar* sobre a seleção brasileira de futebol feminino. Sendo assim, foram coletadas somente publicações referentes à equipe nacional. Considera-se a regra apontada por Bardin (1977) da pertinência, na qual, as publicações selecionadas devem transmitir a informação de acordo com a proposta do estudo.

Constituiu-se o *corpus* do estudo, conjunto dos documentos submetidos aos procedimentos de análise, inserindo todas as matérias que mencionavam em algum momento a seleção brasileira de futebol feminino no período estabelecido. Vale ressaltar que foram

⁸O acervo da revista *Placar*. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?id=6ygvHbKWJeEC&lr=&hl=pt-BR&rview=1&source=gbs_all_issues_r&cad=1&atm_aiy=1970#all_issues_anchor>. Acesso em: 16 mai. 2016.

consideradas todas as manifestações jornalísticas, com intuito de não excluir nenhum conteúdo, o qual poderia auxiliar na análise e interpretação final. Além disso, corresponde à metodologia proposta por Bardin (1977), em que se valorizam as características de não seletividade e representatividade.

Segundo a autora, pode-se construir uma amostra que será generalizada ao todo, no entanto, ela precisa ser parte representativa (significativa), dentro do universo inicial. Para realizar o procedimento da amostragem, é preciso descobrir a distribuição das características dos elementos da amostra (BARDIN, 1977, p. 91).

Dessa forma, para definir a amostra, foi necessário estabelecer o marco temporal, que ocorreu por meio da etapa exploratória, como foi mencionado na introdução. Neste primeiro momento, iniciamos as buscas em revistas publicadas desde o ano de 1988, quando a *Placar* mostrou a composição da primeira seleção brasileira de futebol feminino, até o ano de 2015, em que editora Abril vendeu a *Placar* para a editora Caras. As buscas foram finalizadas nesse ano, com base na compreensão de que tal mudança rompe com a trajetória da revista, transformando significativamente os aspectos históricos e políticos junto à editora. Assim, emerge o objeto de um novo estudo, podendo fragilizar a análise sistemática. Nessa etapa exploratória, a partir da verificação de algumas revistas, encontraram-se 11 textos sobre a seleção brasileira de futebol feminina, dentre estes, nove estavam localizados em períodos de Olimpíadas/Copa do Mundo e somente dois em anos que antecederam ou postergaram essas competições. Portanto, o mais pertinente foi analisar os textos encontrados nos anos de ocorrência dos eventos.

Além disso, destaca-se a regra da exaustividade, segundo a qual foram levantados todos os elementos do campo do *corpus* definido.

Mesmo que se apresentem dificuldades de acesso a importantes informações complementares, sempre será necessário direcionar todos os esforços para buscá-las com o objetivo de configurar e esclarecer o contexto e as condições sociais e políticas presentes e historicamente, contidas nas mensagens (FRANCO, 2008, p.53).

Sendo assim, intentou-se buscar todas as edições, no sentido de não permitir a existência de grandes lacunas na pesquisa. Junto a isso, levantou-se o histórico da revista, as políticas editoriais, os articulistas que publicaram os textos encontrados, o número de páginas das matérias, entre outros elementos que colaboraram para esclarecimento e auxiliaram na fase final da interpretação.

3) A Formulação das Hipóteses e dos Objetivos: a hipótese pode ser compreendida como uma afirmação ou uma questão, a qual será confirmada ou infirmada após os procedimentos metodológicos. “Trata-se de uma suposição cuja origem é a intuição e que permanece em suspenso enquanto não for submetida à prova de dados seguros”. (BARDIN, 2008, p. 92). Embora essa etapa não seja obrigatória para os procedimentos investigativos, pois pode ser realizada uma análise “às cegas”, isto é, sem ideias pré-concebidas, estabeleceu-se três hipóteses a partir da leitura flutuante. Uma delas foi constituída com base na frequência (quantitativa) com que os textos sobre a seleção feminina foram publicados pela revista. As outras duas estão relacionadas aos elementos que foram encontrados no conteúdo (qualitativa) dos textos. No entanto, vale destacar que os elementos considerados para basear a emersão das hipóteses tinham que aparecer em três ou mais textos, o que equivale a 7% do total de publicações.

A primeira hipótese indica que existe uma baixa frequência de publicações sobre a seleção brasileira de futebol feminino na *Placar*, nos períodos de competições (Mundial e Jogos Olímpicos). A segunda aponta que o conteúdo dos textos publicados pela revista associa as jogadoras da seleção a elementos ligados a questões de gênero, classe e raça. Por sua vez, a terceira hipótese surgiu do conteúdo dos textos publicados a partir de 2003, enfatizando e conferindo maior reconhecimento em relação aos aspectos futebolísticos da dupla Marta e Cristiane, em detrimento de outras jogadoras da seleção⁹. Essas hipóteses foram construídas com intuito de demonstrar conteúdos explícitos e implícitos nas mensagens e posteriormente elas foram colocadas à prova.

4) A Referenciação dos Índices e a Elaboração de Indicadores: nesta fase da análise foram escolhidos e organizados sistematicamente os indicadores, com base nas hipóteses acima elencadas, as quais correspondem à frequência de aparições de um tema central no texto. Para tanto, realizou-se sistematicamente uma análise quantitativa, verificando a presença relativa de um tema, bem como a proporção de menções em relação a outros temas. Existem temas implícitos, os quais estão subjacentes à mensagem, como os aspectos relacionados ao gênero e seu número de aparições, que se tornaram um elemento fundamental para interpretação no estudo.

⁹ Considera-se essa hipótese devido à possibilidade da AC em não pré-definir indicadores de seleção, delimitando o que se quer encontrar nos textos, no intuito de não cair em armadilhas que podem deixar escapar concepções relevantes nas mensagens ou distorcer as informações para obter aquilo que se quer encontrar. Desta forma, intentou-se seguir o critério de não seletividade que Bardin (1977) ressalta e, por meio disso, emergiu a hipótese supracitada com base no número de aparições que ela aparece nos textos.

5) **A Preparação do Material:** neste momento, o material passou a ser preparado formalmente para a análise. Isso foi possível em decorrência da finalização da etapa de coleta do material empírico, que deu sequência à etapa da exploração do material, na qual se realizou a codificação, reunindo os textos em unidades para posteriormente construir as categorias.

1.3 A EXPLORAÇÃO DO MATERIAL

Nesta fase, realizou-se a administração sistemática das posições tomadas na pré-análise. Segundo Bardin (1977), isso constitui o processo de codificação e enumeração dos dados empíricos encontrados na fase anterior.

1.3.1 Codificação

A Codificação consiste em uma transformação, que ocorre com a aplicação de algumas regras aos dados encontrados nos textos. Essa etapa permitiu – por meio do recorte, da agregação e da enumeração – encontrar a representação, a expressão e o significado do conteúdo das mensagens. A partir disso, perceberam-se as características dos textos, as quais serviram de índices norteadores. Os dados, transformados sistematicamente em unidades, possibilitaram e orientaram a descrição dessas características textuais, a inferência e, por fim, a interpretação. A sistematização da codificação foi subsidiada em três escolhas: foram delimitadas as Unidades de Registro (UR), as Unidades de Contexto (UC) e determinadas as regras de contagem, que consistem na Enumeração.

A UR é a menor parte do conteúdo, uma unidade significativa codificada e quantificada, podendo ser de naturezas e dimensões variáveis, pois podem ser recortes a nível semântico, como temática central de cada matéria, ou a um nível linguístico, como palavra ou frase dos textos. Bardin (1977) ilustra algumas unidades de registro frequentemente utilizadas, como a palavra, o tema, o objeto, o personagem, o acontecimento e o documento.

Diante dessas compreensões metodológicas e do objetivo deste estudo, as UR foram estabelecidas com base em recortes semânticos, que permitiram a emersão das seguintes UR jogadoras, seleção, instituições, técnico e adversárias. Esses recortes foram identificados a partir das UC que, neste estudo, correspondem ao texto completo, sendo 58 encontrados nas revistas.

A unidade de contexto transcende a unidade de registro e é necessária para a compreensão e codificação da unidade de registro, consistindo em uma parte da mensagem. Para Franco (2008, p. 47):

[...] a unidade de contexto é a parte mais ampla do conteúdo a ser analisado, porém é indispensável para a necessária análise e interpretação dos textos a serem decodificados (tanto do ponto de vista do emissor, quanto do receptor) e, principalmente, para que se possa estabelecer a necessária diferenciação resultante dos conceitos de “significado” e de “sentido”, os quais devem ser consistentemente respeitados, quando da análise e interpretação das mensagens disponíveis.

Após estabelecer as UR e UC, realizou-se a enumeração das UR, com intuito de verificar a frequência que se encontram determinadas temáticas, no conteúdo das matérias sobre a seleção brasileira de futebol feminino. Pois, compreende-se que a temática com maior aparição tem alta significância para a *Placar* e esse indicador auxiliará o processo de categorização do estudo.

1.3.2 Categorização

No processo de categorização da AC, classificaram-se elementos compostos em um conjunto, primeiramente por diferenças entre eles e depois com critérios previamente definidos, reagruparam-se os elementos com base em analogias. As categorias agrupam elementos que possuem características em comum e foram reunidas com base em um título geral (genérico).

O critério de categorização pode ser semântico (categorias temáticas: por exemplo, todos os temas que significam a ansiedade ficam agrupados na categoria <<ansiedade>>, enquanto que os que significam a descontração ficam agrupados sob o título conceptual <<descontração>>), sintático (os verbos, os adjetivos), lexical (classificação das palavras segundo o seu sentido, com emparelhamento dos sinónimos e dos sentidos próximos) e expressivo (por exemplo, categorias que classificam as diversas perturbações da linguagem) (BARDIN, 1977, p. 111).

Criar categorias foi um processo que envolveu dois momentos: o de isolar elementos (inventário) e o de dividir os elementos, buscando organizar as mensagens (classificação). Vale destacar que não existe uma fórmula pronta e acabada na criação das categorias. “Em geral, o pesquisador segue seu próprio caminho baseado em seus conhecimentos e guiado por sua competência, sensibilidade e intuição” (FRANCO, 2008, p.60).

Embora exista a formulação de categorias *a priori*, isto é, tanto elas quanto os seus indicadores são pré-definidos e fundamentados logo no objetivo do estudo, optou-se por

definir as categorias a partir das leituras dos textos. Essa escolha fundamentou-se com o intuito de não deixar escapar concepções importantes na interpretação final do discurso nem submeter indícios distorcidos para conseguir classificá-los, de acordo com as categorias pré-formuladas no objetivo. Sendo assim, ao definir as categorias a partir das leituras realizadas no texto, a proximidade de descobertas foi maior, na medida em que se realizou várias leituras como propõe a AC.

Nesse caminho, descreveram-se os textos, a temática e o significado do conteúdo encontrado, para perceber as variáveis observadas, classificando as convergências e divergências. Por fim, constituiu-se uma amostragem, criando um código que representou as categorias encontradas e foi dada continuidade às leituras, buscando encontrar novas esferas. No entanto, foi necessário ponderar a criação de uma grande quantidade destas, pois, abrir uma categoria para cada matéria poderia fragmentar o conteúdo e prejudicar a análise do que é convergente (FRANCO, 2008). Nesse sentido, para não prejudicar a análise, intentou-se encontrar princípios de organização, elegendo as categorias maiores que abarcavam as menores.

Para construir padrões de qualidade, buscou-se seguir alguns critérios propostos por Bardin (1977): o critério da exclusão mútua, que depende da homogeneidade, no qual, um único princípio classificatório orientou a organização das categorias. O critério da pertinência, considerado quando corresponde tanto ao material de análise, quanto ao quadro teórico definido. A objetividade e a fidelidade, que são fragmentos do mesmo material, a qual se aplica determinada matriz categorial, mesmo sendo analisadas de diferentes maneiras, devem ser codificadas da mesma forma. E, por fim, o critério da produtividade, que é considerado quando um conjunto de categorias traz fertilidade nos índices de inferências, em hipóteses novas e em dados exatos (BARDIN, 1977; FRANCO, 2008).

O procedimento de categorização foi semântico, de acordo com as temáticas centrais, sendo assim, igualmente às UR, as denominações das categorias foram mantidas. Todos os textos que relatavam sobre o time brasileiro de futebol feminino se enquadraram na categoria “seleção”. Esse procedimento foi adotado para definir as outras categorias – “jogadoras”, “instituições”, “técnico” e “adversárias”.

Posteriormente, foram reunidos os elementos que constituem o texto codificado em uma temática central, e descritos nos resultados qualitativos para realizar a última etapa da AC, que são as inferências e as interpretações do material analisado.

1.4 O TRATAMENTO DOS RESULTADOS, A INFERÊNCIA E A INTERPRETAÇÃO

A finalidade da AC é produzir inferências a respeito dos elementos básicos da comunicação: a fonte emissora, processo codificador que resulta em uma mensagem; o detector ou receptor da mensagem; e o processo decodificador. Dessa forma, foi necessário trabalhar com os vestígios, inferindo conhecimentos que transcendiam o conteúdo das mensagens e que revelaram outras condições. Isto é, a inferência permitiu a passagem da descrição dos elementos que compõem os textos para a interpretação.

Para tanto, buscou-se levantar: quem fala? Por que fala? O que fala? Até esse momento, o olhar estava voltado para o processo de codificação (o produtor da mensagem). Posteriormente, voltou-se para o processo de decodificação da mensagem, sendo necessário perguntar: com que efeito? E para quem se fala determinado discurso? Este conjunto de procedimentos permitiu o levantamento de inferências acerca das características do texto. Para aumentar a relevância da análise, buscou-se trazer elementos e realizar operações para enriquecer os resultados e aumentar a validade/credibilidade destes.

Produzir inferências na AC é levantar suposições a respeito de uma mensagem. Segundo Bardin (1977, p. 130),

[...] a análise de conteúdo constitui um bom instrumento de indução para se investigarem as causas (variáveis inferidas) a partir dos efeitos (variáveis de inferência ou indicadores; referências no texto), embora o inverso – predizer os efeitos a partir de factores conhecidos – ainda esteja ao alcance das nossas capacidades.

A inferência no estudo produziu uma relevância teórica para interpretação final, pois foram comparados os resultados obtidos com referenciais teóricos, que trouxeram diferentes concepções de mundo, de indivíduo e de sociedade. No momento da interpretação, recuperaram-se os objetivos e as hipóteses levantadas anteriormente, relacionando os dados inferidos.

2 AS ESTRUTURAS INVISÍVEIS DO CAMPO E AS RELAÇÕES DE GÊNERO

Bourdieu (2004) elabora a noção de campo como uma ferramenta de pesquisa, cuja principal função é construir cientificamente os objetos sociais de análise, como a ciência, a literatura, a arte, o esporte, entre outros. O autor compreende que é preciso utilizar este conceito para escapar do que ele denomina de erro de curto circuito, isto é, compreender uma produção cultural, referindo-se apenas ao conteúdo textual ou ao contexto social e, ainda, estabelecer uma relação direta entre texto e contexto. Explicando em outras palavras, a noção de campo tem por função fugir de uma leitura internalista, como faziam os defensores do texto autonomizado (Semiologia), em que consiste considerar o texto em si e por si mesmo. Bem como dispensar uma leitura externalista, que se referem ao texto para a sociedade, ou seja, aqueles (Marxismo) que relacionam o texto ao contexto, propondo-se em interpretar os objetos a partir do mundo social ou econômico.

Para Bourdieu (2004), existe uma distância grande entre esses dois polos – texto e contexto –, entre os quais há um universo intermediário denominado campo que devemos considerar. Tendo em vista que é a partir desse universo que se constituem objetos de análise, percebendo as relações, as estratégias e as posições dos agentes (pessoas e instituições) existentes ali. Nesta perspectiva, o autor pretende postular que quando um jornalista aborda em sua matéria sobre o futebol feminino, é necessário considerar que é um agente que possui determinada posição no campo jornalístico, falando sobre uma modalidade que ocupa determinada posição no campo esportivo. Ou seja, é o campo jornalístico dialogando com o esportivo.

As características dessa interação – por exemplo, como o jornalista se impõe sobre o futebol feminino –, transcende essa relação intrínseca entre eles, mas envolve o campo ao qual o jornalista pertence. Portanto, ao olhar uma publicação em um periódico, através do conceito de campo, percebe-se diversas propriedades que não são visíveis naturalmente (BOURDIEU, 2005). Dessa forma, tentaremos compreender através deste estudo as características da posição da seleção brasileira de futebol feminino no campo esportivo e para revista *Placar*, bem como suas propriedades no campo jornalístico.

Compreender o campo desta maneira é considerá-lo como um microcosmo no interior do macrocosmo social, que sugere um universo com instituições, regras de funcionamento e agentes selecionados, de acordo com sua autonomia. Essa teoria contribui para que se perceba a relativa autonomia de determinado campo social ou subcampo, pois o microcosmo é dotado

de leis próprias e, ao mesmo tempo, é submetido a certas regras sociais do macrocosmo. Portanto, esses espaços dispõem de um grau de independência/autonomia, mais ou menos acentuada. Segundo Bourdieu (1997), é acerca do grau de autonomia que os campos e subcampos usufruem, que se deve questionar.

Para se identificar o grau da autonomia de determinado campo, é necessário perceber as formas de resistência que se manifestam diante das pressões externas e como elas atuam (contratos, ordens, instruções etc.). Segundo Bourdieu (2005), o campo jornalístico é heterônomo, ou seja, possui baixa autonomia em relação a outros campos como o jurídico e o econômico. Uma das maneiras de manifestação da autonomia de um campo é sua capacidade de refração, ou seja, a partir da lógica de funcionamento, o campo retraduz de uma forma específica às pressões externas. “Quanto mais autônomo for um campo, maior será seu poder de refração e mais imposições externas serão transfiguradas, a ponto, frequentemente, de se tornarem perfeitamente irreconhecíveis” (BOURDIEU, 1997, p. 22). Ao contrário, ocorre em um campo heterônomo, em que as demandas externas afetam a lógica do campo diretamente.

Todo campo é um espaço em que ocorrem relações de forças, portanto, existem lutas para conservar ou transformar esse campo. Neste estudo, descreveremos os espaços como um mundo físico, tentando perceber as relações de força acerca do futebol feminino no campo esportivo e da revista *Placar* no campo jornalístico. Pois, segundo Bourdieu (1997), esses agentes criam um espaço e ele só existe através das relações objetivas entre os agentes que lá se encontram, desta forma, um agente constrói toda uma estrutura dentro do campo. Portanto, é interessante perceber em nosso objeto de estudo quem são os agentes e qual a estrutura construída por eles no campo a que pertencem, pois o que comanda os pontos de vista ou os princípios do campo de determinado espaço é essa estrutura construída por meio das relações objetivas entre os agentes.

É a estrutura das relações objetivas entre os agentes que determina o que eles podem e não podem fazer. Ou, mais precisamente, é a posição que eles ocupam nessa estrutura que determina ou orienta, pelo menos negativamente, suas tomadas de posição. Isso significa que só compreendemos, verdadeiramente, o que diz ou faz um agente engajado num campo [...] se estamos em condições de nos referirmos à posição que ele ocupa nesse campo, se sabemos “de onde ele fala” (BOURDIEU, 1997, p. 23-24).

Sendo assim, pode-se compreender que a *Placar* e o futebol feminino possuem uma estrutura construída pelas relações objetivas entre seus próprios agentes, ou seja, a posição dos agentes pertencentes ao campo. Como reflexão prática, pode-se lembrar a posição da

jogadora Marta Vieira da Silva no futebol feminino, a qual obteve diversas conquistas coletivas e individual, sendo escolhida cinco vezes como a melhor jogadora do mundo.

Esses feitos podem colocar a jogadora em determinada posição, possivelmente em um lado mais autônomo do campo esportivo, ao contrário de outras jogadoras que podem estar localizadas em um lado mais heterônomo. Segundo Salvini e Marchi Junior (2013), a maneira com que a Marta é mencionada em relação a outras jogadoras pela *Placar*, confere uma aproximação do seu futebol ao dos jogadores homens e sua figura acaba por representar o futebol feminino brasileiro.

Assim, para entender o que ocorre dentro de determinado microcosmo, é necessário conhecer as posições relativas dos agentes, pois é neste espaço que as diferenças sociais são geradas. Essa estrutura será determinada pela distribuição do capital simbólico que o agente possui num dado momento. Isto é, os agentes são caracterizados no campo pelo volume do seu capital e determinam a estrutura do campo de acordo com o peso do seu capital, que depende de todos os outros pesos, ou seja, de todo o espaço. Mas vale destacar que todo agente vai agir conforme a pressão que o espaço impõe a ele de forma indireta. Portanto, quanto menor o capital, maior a pressão em relação a esse agente.

Essa posição definida a partir do seu capital designa possibilidades e impossibilidades de desenvolver estratégias, que podem orientar a conservação da estrutura ou a transformação da mesma. Dessa forma, Bourdieu (1997) verifica que, quando o agente ocupa uma posição privilegiada na estrutura, ele tende a querer conservar a lógica estrutural e sua posição. Mas isso ocorre no limite de suas disposições/*habitus*, constituídos a partir de sua trajetória social no campo. No entanto, é preciso lembrar que, independentemente da posição do agente, é muito difícil manipular as lógicas de um campo. Quer dizer, “[...] as oportunidades que um agente singular tem de submeter às forças do campo aos seus desejos são proporcionais à sua força sobre o campo [...] à sua posição na estrutura da distribuição do capital” (BOURDIEU, 1997, p. 25).

Esse capital irá proporcionar ao agente certa autoridade, contribuindo para definir as regularidades do jogo ou as leis que determinam o que é relevante no campo, como por exemplo, um editor distribui as leis que fazem ser importante escrever sobre tal temática, se é interessante ou algo ultrapassado. Diante disso, destacam-se os agentes que nascem ou estão por muito tempo dentro de determinado campo, o qual pode ter o domínio das leis inerentes, inscritas na realidade deste. Bourdieu (1997) diria que esse agente teria o sentido do jogo,

tendo o conhecimento de antecipar as tendências – o que é um fator que o distingue dentro do jogo.

Como um bom jogador de *rugby* sabe para onde vai a bola e se põe lá onde a bola vai cair [...] Aqueles que nasceram no jogo têm o privilégio do “inatismo”. Eles não têm necessidade de serem cínicos para fazer o que é preciso quando é preciso e ganhar a aposta (BOURDIEU, 1997, p. 28).

No entanto, vale evidenciar que os agentes sociais não são passivamente conduzidos pelas forças do campo, uma vez que eles possuem disposições – o que Bourdieu (1997) denomina como *habitus*, que são maneiras de apropriação, percepção (visão) e ação permanentes e duráveis, as quais podem levar o agente a se comportar de forma resistente em relação a essas forças do campo, ou até mesmo adquirindo certas estratégias para inserção e permanência neste.

Salvini (2012) compreende que as estratégias utilizadas pelas mulheres para a legitimação no futebol, espaço de dominação masculina, e nos veículos de comunicação, foi a interiorização de diferentes disposições. No entanto, questiona-se: será que, como mulheres, elas conseguiram legitimação no meio futebolístico ou nos veículos de comunicação? Tendo em vista que elas tiveram que moldar ou interiorizar um *habitus* para serem aceitas a uma lógica masculina do campo futebolístico ou a um ideal de beleza, para se inserir nos meios de comunicação. Pois, nesse sentido, Bourdieu (1997) alerta que os dominados podem lutar com as forças do campo e resistir, em lugar de submeter suas disposições a essa estrutura, “[...] tentar modificar as estruturas em razão de suas disposições” (BOURDIEU, 1997, p. 29). Entretanto, os agentes que adquirem *habitus* que não são aqueles que o campo exige, arriscam-se em estar sempre defasados, deslocados e na contramão da lógica do campo.

A associação em um campo tem seu princípio em cumplicidades, pois as lutas inerentes ao campo, para obtenção do poder de impor a visão dominante, estão baseadas na cumplicidade entre os agentes mais irredutíveis; ou seja, eles aceitam certo número de pressupostos do funcionamento do campo, chegando a um acordo sobre as questões de desacordo. Portanto, os interesses em pertencer a determinados espaços são à base de uma espécie de cumplicidade entre os membros de um campo, a qual está escondida parcialmente dos próprios participantes. A cumplicidade gera conflitos que implicam ocultar suas próprias origens (BOURDIEU, 2005).

Para compreender a origem desses conflitos, Bourdieu (2005, p.36 – traduzido pela autora) evidencia algo que ocorre em qualquer campo, “Tem em comum o fato de que eles

são o local de lutas internas para imposição do princípio dominante de visão e divisão”¹⁰. As disposições de percepção (modo de visão e divisão) de um agente são constituídas e adquiridas socialmente pelas estruturas de forma duradoura, mas também transponível.

Essas disposições são incorporadas e aplicadas pelos agentes no mundo em que eles vivem como esquemas de divisão, o que Bourdieu (2014) denomina de categorias mítico-rituais, por exemplo, bom/ruim, alto/baixo, direita/esquerda, raro/comum, distinto/vulgar, masculino/feminino. Essas dicotomias que parecem estar na “ordem das coisas”, de forma naturalizada, orientam a prática cotidiana, as quais foram divididas com base nas oposições de gênero.

Esse programa social de percepção incorporada aplica-se a todas as coisas do mundo e, antes de tudo, ao *próprio corpo*, em sua realidade biológica [...]. A diferença *biológica* entre os sexos, isto é, entre o corpo masculino e o corpo feminino, e, especificamente, a diferença *anatômica* entre os órgãos sexuais, pode assim ser vista como justificativa natural da diferença socialmente construída entre os *gêneros*, [...] (BOURDIEU, grifo do autor, 2014, p. 24).

As disposições/*habitus* (juízos de gostos) embasam a escolha dos agentes em adjetivos para julgar algo no cotidiano, os quais funcionam em pares de categorizações que organizam o mundo, mas que permanecem implícitos. Dessa maneira, a teoria bourdieusiana nos traz subsídios para pensar que, em alguns campos, as atividades são distribuídas com base em oposições (masculino/feminino) arraigadas no pensamento e até mesmo no corpo dos indivíduos.

Essas disposições, construídas historicamente e subsidiadas nas diferenças anátomo-fisiológicas entre os sexos, são implícitas, tácitas, mas, na medida em que estão incorporadas no pensamento de uma sociedade inteira, definem uma realidade (Bourdieu, 2005). Os esquemas de pensamento de divisão são pouco aparentes por fazer parte da doxa – aquilo que compreendemos como nato em determinadas sociedades, isto é, existe a doxa específica a um campo e quando se intenta pertencer a ele, encontra-se esquemas de pressupostos e oposições inerentes, os quais muitas vezes pertencem ao espaço macro social.

Segundo Bourdieu (2005), os esquemas de visão e divisão são subsidiados pelo *habitus*, construído por meio das relações sociais, que dependem da lógica e da posição dos agentes em determinado campo. Por exemplo, os jornalistas que trabalham com a produção de discursos obtêm um *habitus* que busca estabelecer princípios práticos de visão e divisão (bom

¹⁰ Originalmente: “They have in common the fact that they are the site of internal struggles for the imposition of the dominant principle of vision and division” (BOURDIEU, 2005, p. 36).

e mau, o que é distinto e o que é vulgar), e luta com outros campos para impor esses princípios, legitimando suas categorias no mundo social. Nesse sentido, vale lembrar que quanto maior capital de determinado agente, maior a capacidade influenciadora de seu discurso. Dessa forma, a imposição tácita de percepções que categorizam, quando são impostas por agentes possuidores de alto capital simbólico – dominantes no campo –, e na mesma medida são concebidas pelos agentes dominados, podem ser entendidas como uma forma de violência simbólica.

A percepção compreendida por Bourdieu (2005) como formas de visão e divisão tem a função de categorizar. Esse termo “categoria” vem do grego “kategorein” que, segundo Bourdieu (2005), significa acusar publicamente e, em muitas vezes, os atos de classificação emergem de forma ofensiva gerando uma violência simbólica. Assim, é necessário explicitar essas classificações de oposições, que determinam a lógica de campos específicos como a categoria gênero – masculino/feminino.

É importante destacar que Bourdieu efetivou rupturas importantes na sociologia contemporânea, dentre elas a desconstrução do abismo entre indivíduo e sociedade. Construindo uma sociologia que entende a realidade social em um movimento de “interiorização da exteriorização” e vice-versa. Nesse sentido, Bourdieu ampliou as teorias para a desconstrução de outras dicotomias como particular/universal, natureza/cultura, razão e emoção, dentro outras visões binárias como, também o masculino/feminino (SCAVONE, 2008).

Em contrapartida, os conceitos da sociologia de Bourdieu foram e são utilizados, frequentemente, em estudos e pesquisas acadêmicas e militantes de cunho feminista, particularmente, os relacionados a dominação, poder e violência simbólica, a trabalho e a condições de sua reprodução, e a própria noção de habitus, de campo, entre outros, para o entendimento da permanência da dominação masculina (SCAVONE, 2008, p. 182).

Neste estudo, a teoria bourdieusiana auxilia a compreender, sobretudo, as lógicas do campo jornalístico e a interiorização das estruturas sociais. No entanto, segundo Scavone (2008), existem algumas tensões colocadas pela teoria feminista, na forma com que Bourdieu compreende a dominação masculina.

O seu primeiro artigo sobre a dominação masculina não incluiu referências significativas à produção feminista, que só foram incluídas, posteriormente, em seu livro sobre o tema. Cabe ressaltar, ainda, a crítica à sua pretensão em formular um caminho para o feminismo (e, diga-se de passagem, para outros movimentos sociais),

desqualificando, em certo sentido, a trajetória política desse movimento. Uma das críticas feministas mais recorrentes à sua teoria da dominação masculina refere-se ao pressuposto da ‘incorporação’ e da ‘aceitação’ que os dominados (no caso, as mulheres) teriam para com os dominantes (no caso, os homens) pelo fato de terem internalizado em seus corpos os esquemas de dominação como *Habitus*, isto é, sistemas de disposições adquiridas que internalizam as estruturas sociais. As críticas a essa análise costumam considerar que as mulheres apareceriam como responsáveis da dominação (SCAVONE, 2008, p. 182).

Sendo assim, recorrer ao conceito de gênero apresentado por Scott (1990) foi necessário, pois a autora crítica a ideia de um sujeito universal, com aspectos biológicos a-históricos, que embasa discursos de dominação masculina.

Propor o uso da categoria Gênero para a análise histórica –e, por decorrência, para as Ciências Sociais –, pretende compreender e explicar significativamente o caráter relacional, transversal e variável dessa categoria analítica. Gênero é uma categoria de análise histórica, cultural e política, e expressa relações de poder, o que possibilita utilizá-la em termos de diferentes sistemas de gênero e na relação desses com outras categorias, como raça, classe ou etnia, e, também, levar em conta a possibilidade da mudança (SCAVONE, 2008, p. 182).

O gênero, como uma categoria útil para análise, foi proposto por Scott (1990), permitindo perceber as relações de poder, de desigualdades e de hierarquias nos espaços sociais. Dessa forma, compreende-se que esse conceito permite analisar essas relações dentro do campo esportivo e no futebol feminino. Optar pela utilização dessa teoria é inserir a visão feminista, que se constituiu como um campo do conhecimento, buscando romper com o pensamento ocidental que opera somente com conceitos universais: homem, branco e heterossexual.

O conceito de gênero foi bastante debatido pela teoria feminista, tendo Scott (1990) trazido um avanço em sua proposta conceitual, uma vez que buscou transcender o caráter descritivo de historiadoras que apenas narravam os fatos, referindo-se à existência de fenômenos ou de realidades, sem interpretar, explicar ou atribuir uma causalidade. A autora traz uma análise que busca responder às seguintes questões: como o gênero funciona nas relações de poder? Como o gênero dá sentido à organização e à percepção do conhecimento? Scott (1990) compreende que essas perguntas serão respondidas na medida em que se utilize o gênero como categoria de análise.

A teorização do gênero de forma descritiva foi, em sua utilização mais simplista, sinônimo de mulheres, muitos estudos apenas substituíam o termo, pois ele expressava erudição e trazia uma conotação mais objetiva e neutra, comparado à palavra mulher. Isto é, gênero era um termo que não implicava a política ruidosa do feminismo. Nesse sentido, o

gênero em seu início era um tema novo, mas de forma descritiva, associado ao estudo de mulheres, sem poder analítico suficiente para questionar os paradigmas existentes.

Scott (1990) demonstra que as tentativas de teorizar o conceito gênero por historiadores/as foram baseadas em referências tradicionais das ciências sociais, realizando explicações universais e muito descritivas. Entre as abordagens teóricas existentes para a análise de gênero, a autora resume em três posicionamentos: as feministas Marxistas, que tentaram entender a origem do patriarcado; e aquelas que se situavam entre o pós-estruturalismo francês e as teorias da relação do objeto. Scott (1990) compreende que realizar um exame crítico e reflexivo dessas teorias permitiu à autora propor uma abordagem alternativa e, a partir desse exercício, construir sua definição de gênero. Vale destacar que entender a forma como o gênero é utilizado pela autora, nos auxilia a escapar de um olhar descritivo para este estudo.

O núcleo da sua definição vai estar subsidiado na conexão de duas propostas e diversos subconjuntos que estão inter-relacionados, mas devem ser analisados separadamente. Primeiro, o gênero como um elemento constitutivo de relações sociais baseados nas diferenças entre os sexos. Esta parte implica em quatro elementos interdependentes, entretanto, eles não vão ser operados simultaneamente como se um determinasse o outro. O propósito de Scott (1990), nessa primeira parte, é clarificar o efeito do gênero nas relações sociais e institucionais, pois essa reflexão não tem sido feita de maneira sistemática e precisa. Daí os seguintes subconjuntos:

1- Os símbolos culturalmente disponíveis evocam representações simbólicas e com frequências contraditórias. Um exemplo é Eva e Maria, que simbolizam a mulher na tradição cristã ocidental, mas também podem representar mitos de luz e escuridão, pureza e poluição, inocência e corrupção. Para os pesquisadores, a questão importante é como e quais os contextos em que as representações simbólicas são evocadas.

2- Conceitos normativos que expressam interpretações dos significados dos símbolos, que tentam limitar e conter suas possibilidades metafóricas: esses conceitos estão expressos nas doutrinas religiosas, educativas, científicas, políticas ou jurídicas, e tomam a forma típica de uma oposição binária fixa, afirmando de maneira categórica e inequívoca o significado do homem e da mulher, do masculino e do feminino. Essas normas dependem da rejeição e, algumas vezes, elas são contestadas. É importante que o pesquisador se questione quando e em quais circunstâncias elas são contestadas. Pois, a posição que emerge como dominante é

declarada única e possível; e a história escrita é dada como se essa posição normativa fosse resultado de um consenso e não de um conflito (Scott, 1990).

3- O desafio do pesquisador é fazer explodir a noção de fixidez, em descobrir a natureza do debate (conflito), que leva à aparência de uma permanência imutável da representação binária do gênero (masculino e feminino). Essa análise deve incluir uma perspectiva política (relações de poder) e incluir referências sobre instituições e a organização social. É necessário não centrar somente na família e no lar como base da organização social, mas o mercado de trabalho sexualmente segregado faz parte da construção de gênero, assim com as instituições masculinas e não mistas, o sistema político e o sufrágio universal masculino. Pois o gênero é construído através da família, mas não unicamente. Ele é construído na economia e na organização política, que são independentes da instituição familiar.

Vale lembrar que este estudo busca estudar o universo esportivo, especificamente o futebol, que é predominantemente masculino, e o jornalístico, estrutura com alta capacidade de influenciar na construção de gênero, bem como na desigualdade social que pode ser refletida por meio do conceito.

4) Gênero é identidade subjetiva: é importante perceber como as identidades de gênero são construídas, compreendendo através da linguagem que é um elemento formador e a partir dos símbolos que amarram os sujeitos a formas normativas da sua ação subjetiva. Valores sociais são internalizados nos indivíduos, formando as características do masculino e do feminino, como se estivessem presas ao corpo do indivíduo.

A segunda proposta é pensar o gênero como uma forma primária de dar significado às relações de poder, isto significa que, por meio do gênero, o poder é articulado. Essa categoria não é a única forma, mas tem sido persistente e recorrente para significar e determinar as relações de poder no ocidente, na tradição judaico-cristã e islâmica. Embora, o poder se embase no gênero para emergir nem sempre vão se referir ao gênero em si mesmo; ou seja, é solicitado um conjunto de referências que estruturam a percepção ou a organização concreta e simbólica de toda a vida social. As diferenças entre os corpos baseadas no sexo são solicitadas para testemunhar a favor, e então legitimar as relações sociais e as realidades que não têm nada ver com a sexualidade.

Scott (1990, p. 23) compreende que a função de legitimação do gênero ocorre de várias formas: “[...] Bourdieu, por exemplo, mostrou como em certas culturas a exploração agrícola era organizada segundo conceitos de tempo e de estação que se baseavam em

definições específicas da oposição masculino/feminino”. A autora traz vários exemplos para demonstrar as conexões entre o gênero e o poder, mas é importante perceber que, além da diferença sexual ser solicitada para determinar as relações de dominação e de controle, Scott (1990) mostra que as estruturas hierárquicas se baseiam na compreensão generalizada das relações pretensamente naturais do feminino e do masculino. Um exemplo que ilustra isso é que, no século XIX, o conceito de classe dependia do gênero para sua articulação, ou seja, na França, os reformadores burgueses descreviam os trabalhadores como femininos, representando a fraqueza, a subordinação e a exploração sexual. Os trabalhadores respondiam insistindo na posição masculina, dizendo que eram fortes produtores e protetores de suas mulheres e crianças. Os termos não se referem de forma explícita ao gênero, mas reforçavam características de gênero que com o tempo foram se legitimando.

Em outras palavras, compreende que o gênero não centra somente nas relações de poder entre homens que controlam ou dominam as mulheres, mas pode estabelecer relações entre homens-homens/mulheres-mulheres e, por isso, o gênero pode ser uma categoria que analisa relações de poder entre indivíduos de qualquer sexo.

Saffioti (2015), feminista marxista, corrobora com Scott (que segue a corrente pós-estruturalista), entendendo que as relações de gênero são inerentes às relações que hierarquiza o masculino e o feminino. No entanto, Saffioti (2015) ressalta a importância da relação conceitual existente entre gênero e patriarcado. A autora defende o conceito de gênero, mas explica a especificidade das opressões sofridas pelas mulheres no contexto patriarcal. Enquanto patriarcado – conceito bastante caro para essa autora – são as regras da dominação-exploração das mulheres pelos homens, o gênero, por sua vez, seria uma categoria analítica e também histórica. De acordo com esta afirmação, o gênero pode ter diferentes concepções.

Como aparelho semiótico (Lauretis, 1987); como símbolos culturais evocadores de representações, conceitos normativos como grade de interpretação de significados, organizações e instituições sociais, identidade subjetiva (Scott, 1988); como divisões e atribuições assimétricas de características e potencialidades (Flax, 1987); como, numa certa instância, uma gramática sexual, regulando não apenas relações homem-mulher, mas também relações homem-homem e relações mulher-mulher (Saffioti, 1992, 1997b; Saffioti e Almeida, 1995). Cada feminista enfatiza determinado aspecto de gênero, havendo um campo, ainda que limitado, de consenso: gênero é a construção social do masculino e do feminino (SAFFIOTI, 2015, p. 47).

Sendo assim, considerando as instituições, os símbolos, as normas e outras políticas que são atravessadas pelo gênero e compõem a sociedade, compreende-se que este estudo envolve mulheres, mas também homens. Dessa forma, busca-se evitar um olhar simplista sobre as diferenças anátomo-fisiológicas e as funções referentes aos gêneros. Nessa

perspectiva, pretende-se refletir sobre as relações de poder, as hierarquias e as desigualdades que surgem subsidiadas no processo de produção do masculino e do feminino.

Saffioti (2015) observa a neutralidade que o conceito de gênero assume por não incluir necessariamente as desigualdades e as relações de poder, pois o termo não significa obrigatoriamente a existência de desigualdades entre homens e mulheres, muitas vezes pressupõe, sim, que exista uma hierarquia. Sendo assim, é importante perceber o momento histórico, pois o conceito acompanha a história da humanidade. Em contrapartida, o conceito de patriarcado refere-se a um período mais específico e recente. Segundo Saffioti (2015), o homem obteve primazia no passado longínquo e as desigualdades atuais entre homens e mulheres são vestígios do patriarcado, o qual está em constante transformação nas formas de existir e na própria existência. Portanto, para obter a real democracia, é necessário combater o machismo e o sexismo presentes nas instituições sociais, pois o patriarcado também atravessa a sociedade como um todo. Nesse sentido, o conceito de gênero torna-se mais amplo do que o de patriarcado – aspecto relevante em uma discussão conceitual, pois gênero abre a possibilidade de existir dominação-exploração, enquanto outros termos demarcam o masculino como superior.

Saffioti (2015) interpreta o conceito gênero como um conjunto de normas, que moldam os seres humanos quando passam a conviver socialmente. Portanto, a desigualdade existente não é natural, mas foi construída culturalmente pelas estruturas de poder e pelos agentes envolvidos nas relações sociais. Dessa forma, as diferenças pertencem ao domínio da natureza, enquanto a igualdade emergiu no campo político, sendo assim, ocorreu a naturalização das atribuições sociais que estão embasadas nas diferenças entre os sexos. Com isso, o feminino foi naturalizado como uma associação a uma suposta fragilidade e delicadeza do corpo da mulher; ao passo que a masculinidade foi interiorizada no corpo forte do homem. Saffioti (2015) ressalta, ainda, que essas normatizações influenciam as condutas de homens e mulheres, e considera que as diferenças existentes entre os gêneros só fazem sentido no campo da igualdade, para que se possa eliminar a desigualdade.

Segundo Meyer (2003), discutir as desigualdades de gênero com base nos desdobramentos do conceito é, de alguma forma, realizar uma análise de questões sociais amplas que discriminam os sujeitos em função de sua raça, sexualidade, classe, aparência física, entre outras diferenças. Saffioti (2015) destaca que essas categorias são eixos estruturantes da sociedade; elas são relevantes para fugir de uma análise que considere o

individual. Pois, as contradições existentes não podem ser analisadas de forma isolada, tendo em vista que os sujeitos possuem múltiplas facetas.

Efetivamente, o sujeito constituído em gênero, classe e raça/etnia, não apresenta homogeneidade. Dependendo das condições históricas vivenciadas, uma destas faces estará proeminente, enquanto as demais, ainda que vivas colocam-se à sombra da primeira. Em outras circunstâncias, será uma outra faceta a tornar-se dominante. Esta mobilidade do sujeito múltiplo acompanha a instabilidade dos processos sociais, sempre em ebulição (SAFFIOTI, 2015, p. 83).

Sendo assim, esses elementos fazem parte dos indivíduos, valorando, legitimando e diferenciando os sujeitos. Para Louro (2003), a primeira diferenciação que ocorre no sujeito é a construção dos gêneros, pois, a partir do sexo observado no momento do nascimento, se inicia todo um processo baseado nos valores culturais. Butler (2003) destaca que cada indivíduo possui um sexo ao nascer que vai determinar seu gênero, como se veste, o comportamento e a performance, bem como o desejo do indivíduo que será pelo sexo oposto. Louro (2003) compreende que as diferentes instituições e práticas sociais são constituídas pelos gêneros e, ao mesmo tempo, produzem os gêneros. Dessa forma, para entender o lugar e as relações de gênero, faz-se necessário perceber o que se construiu socialmente em relação aos sexos biológicos.

Desta forma, compreende-se no campo cultural que desenvolve as relações de desigualdades. As formas de viver, de vestir, de sentir, de falar (ou de calar), de agir, de se comportar etc. Esses modos estão relacionados ao que foi convencionado como padrão normativo em uma sociedade, e não aos cromossomos dos indivíduos. As distinções de gênero não raro se transformam em relações desiguais entre o masculino e o feminino em todos os campos da vida social: nos corpos, nos discursos, nos conhecimentos, nas leis, nas práticas sociais, nas famílias, e até mesmo nas notícias. É a partir dos símbolos culturais hegemônicos, produzidos nas instâncias de poder, que se operam os sentidos entendidos como legítimos sobre o que significam masculino e feminino, indicando, também, os lugares sociais destes (SILVA, 2014, p. 82)

Silva (2014) demonstra que as transformações culturais ocorrem constantemente na sociedade ocidental no século XXI, devido às políticas que visam à igualdade de gênero. No entanto, mesmo que as conquistas ocorram paulatinamente em alguns setores da sociedade brasileira, “[...] ainda é posto em condição desigual em relação ao que se convencionou socialmente como masculino” (SILVA, 2014, p. 83). Vale destacar que o masculino pode ser colocado em situações de feminilidade para ser subjugado. Como ilustra Scott (1990), no século XIX, o conceito de classe dependia do gênero para sua articulação, pois na França os

reformadores burgueses descreviam os trabalhadores como femininos, representando a fraqueza, a subordinação e a exploração sexual deles. Os trabalhadores respondiam insistindo na posição masculina, dizendo que eram fortes produtores e protetores de suas mulheres e crianças. Os termos não se referiam de forma explícita ao gênero, mas reforçavam características que com o tempo se legitimaram.

Para elucidar essas questões simbólicas de forma mais concreta, pode-se lembrar da resistência que a mulher enfrentou para inserção no futebol, uma modalidade construída como uma prática masculina. Segundo Goellner (2005), um dos motivos da proibição do futebol feminino foi o receio da masculinização do corpo da mulher, com a justificativa de que elas eram frágeis, diante da violência que o futebol supostamente apresentava. Dessa forma, as mulheres que jogaram futebol, apresentando resistência às barreiras criadas para a prática, foram consideradas pouco femininas, masculinas e até homossexuais por algumas estruturas da sociedade (SOUZA, 2009). Franzini (2005) corrobora com tal ideia, ao salientar que os efeitos produzidos pelo fato de a mulher vir a praticar o futebol subverteriam a ordem social que foi imposta ao gênero feminino, sendo assim “[...] quanto mais machista ou sexista, ela for, (sociedade), mais exacerbadas as suas réplicas” (FRANZINI, 2005, p. 2).

Essa situação se repete, também, com homens que tentam se inserir em um espaço construído culturalmente como feminino. Daolio (2006) ressalta que nas aulas de Educação Física, em que se trabalha a dança, por exemplo, os meninos se mostram reticentes em realizar determinados movimentos, pelo receio de serem taxados como femininos ou colocados em situações de deboche. Essa condição se trata de uma “[...] construção cultural do corpo, definida e colocada em prática em função das especificidades culturais de cada sociedade” (DAOLIO, p. 74, 2006).

Segundo Goellner (2003), pensar o corpo produzido na e pela cultura traz o desafio de romper com um olhar naturalista, que o observa e classifica. Na medida em que ocorre a sua desnaturalização, evidencia-se que ele é histórico. “O corpo é uma construção sobre a qual são conferidas diferentes marcas em diferentes tempos, espaços, conjunturas econômicas, grupos sociais, étnicos, etc.” (GOELLNER, 2003, p. 28). Portanto, a autora entende que o corpo não é universal, pois ele é provisório e modificado de acordo com cada cultura. Há leis, códigos morais, imagens produzidas, sentidos interiorizados, educação de gestos, entre outros elementos que contornam as significações corporais. Dessa forma, o que define o corpo não são diferenças anátomo-fisiológicas, mas os valores culturais e sociais atribuídos a ele.

Outro elemento ressaltado por Goellner (2003) foi a linguagem, que nomeia, classifica, define o normal e o anormal, institui o belo, o jovem e o saudável. No entanto, essas representações são efêmeras e variam conforme o tempo e o lugar. As disposições incorporadas pelos corpos ocorrem por meio de um processo educativo, presente nos locais pedagógicos, como a revista, filmes, livros e propagandas. Nesse sentido, a cultura de nossa sociedade responsabilizou o indivíduo por seu corpo, pelos cuidados de higiene, beleza e saúde, bem como pela interiorização e obediência dos padrões sociais.

No ocidente, o padrão social predominante parte do pressuposto de que os sujeitos nascem homens ou mulheres – e com isso têm seus gêneros orientados respectivamente para seus atributos equivalentes (homens/fortes, mulheres/sensíveis, por exemplo) – e são, essencialmente, heterossexuais. A partir dessas primeiras “certezas”, construídas como inatas, as conformações das relações sociais se forjam e se estabelecem como um padrão que prevê, entre outras coisas, relações afetivas e sexuais entre os sexos diferentes (e com funções sexuais e sociais distintas), sustentadas em relações conjugais formais (civis e religiosas) e monogâmicas, com objetivos procriativos e de constituição de parentescos baseados em laços de sangue (SILVA, 2014, p. 86).

Butler (2003) denomina esse fenômeno como heteronormatividade, a qual está subsidiada por uma ordem compulsória. Para Silva (2014), tais conformações trazem de forma implícita parâmetros sociais como gênero, classe, sexualidade, raça/etnia hegemônicas, os quais se localizam no centro das organizações sociais. Ou seja, o homem branco de classe média, seguindo padrões eurocêntricos, embasou as normas sociais excluindo aqueles que se encontraram na posição oposta, o sujeito que saiu do centro e, portanto, ficou à margem da sociedade (LOURO, 2003).

Silva (2014) destaca que ser homem ou mulher, assim como nascer heterossexual, é inquestionável para muitos no senso comum e em algumas pesquisas científicas. Mas, além disso, é pouco questionado o valor atribuído às pessoas que não se adequam ou são impossibilitadas de estar de acordo com o padrão hegemônico.

Os conceitos normativos que integram o masculino e feminino são universalizados através da história, que foi constantemente produzida e reproduzida (LOURO, 2003). A construção histórica do feminino sempre esteve associada ao ambiente privado, à maternidade, ao lar, à subordinação, à fragilidade, entre outras características opostas ao gênero masculino como força, prazer, ação, provimento, etc. (SILVA, 2014). Percebe-se que o futebol feminino foi marcado por esses conceitos normativos, pois um esporte viril e masculino não poderia ser praticado por mulheres que deveriam ser femininas e delicadas.

Dessa forma, praticar a modalidade seria se posicionar contra os padrões construídos historicamente pela sociedade, logo, as mulheres que praticavam o futebol podiam ser questionadas quanto a sua feminilidade e sexualidade.

Por meio dos discursos de meninas que jogam futebol, Souza (2009) percebeu a falta de incentivo e as barreiras colocadas pelo ambiente escolar e pela família, com a justificativa de que futebol é coisa de homens ou de “sapatão”. Esses discursos evidenciam a existência de questões que supostamente não existiriam mais. No entanto, essas concepções foram construídas e reproduzidas de geração em geração, orientando e provocando a desigualdade de gênero nos campos, dentre eles o esportivo – e mais especificamente o subcampo futebolístico. (FREITAS JR.; PEREIRA, 2017). A desigualdade de gênero nos campos da sociedade, somada a outras categorias como raça, classe, geração e sexualidade, pode reproduzir discriminações e violências. Dessa forma, é relevante questionar as instâncias de poder que produzem e reproduzem esses discursos que orientam os padrões normativos, construídos histórica e culturalmente.

Silva (2014) percebe imbricações do jornalismo na cultura, nas formas como os sujeitos conhecem e interiorizam os padrões normativos produzidos e legitimados pelas instâncias de poder, como a mídia e o jornalismo. A autora ressalta que o jornalismo é constituído por gênero e influencia, portanto, nas relações de poder. Nesse sentido, a pesquisadora destaca a importância em investigar as formas como o jornalismo contribuiu no processo de (re) produção dos valores e das normas construídas na sociedade.

A constatação de que o jornalismo é masculino [...] permitiu o reconhecimento de que o mesmo é constituído por sujeitos generificados, bem como que todos os procedimentos adotados na produção das notícias estão perpassados por concepções de gênero e por relações de gênero e poder (SILVA, 2014, p. 104).

Os jornalistas/articulistas são constituídos por gênero e são agentes pertencentes aos campos sociais, com posicionamentos e disposições que se coadunam a sua classe, geração, raça/etnia. Esses elementos interferem diretamente, mesmo que de forma inconsciente, na produção das notícias. Entretanto, vale considerar a pirâmide hierárquica e as relações de poder estabelecidas em um espaço midiático que também se refletem na produção jornalística. Sendo assim, torna-se relevante compreender como se constitui a lógica do referido campo, bem como dos agentes que pertencem a ele.

Os estudos de gênero mostram como ocorreram historicamente as relações de poder e como elas se transformaram em relações de dominação em espaços específicos como, por

exemplo, nos campos jornalístico e esportivo. Dessa forma, por meio dessa teoria, buscou-se compreender os problemas que constituem as relações de gênero nos textos publicados pela *Placar*, objeto deste estudo, debatendo os resultados encontrados com base em uma reflexão política e crítica, amarrando essas discussões a uma análise com outras categorias como classe e raça.

3 AS ESTRUTURAS DO CAMPO JORNALÍSTICO E A REVISTA *PLACAR*

É relevante compreender o campo jornalístico, tentando perceber sua lógica e estrutura, as quais podem influenciar nas formas de jornalismo – como o jornal impresso, o televisivo e as revistas –, bem como nos agentes, que, como a *Placar*, compõem esse espaço. Assim, só podemos perceber essas contradições ao descobrir um pouco sobre esse universo. Além disso, a revista pode ter algumas características próprias de funcionamento, contrárias à lógica do seu campo.

O jornalismo encontra-se entre as principais formas de comunicação social, ao lado da publicidade, da propaganda, das relações públicas e do *marketing*. A comunicação social engloba todas as estratégias de produção, divulgação e recepção de mensagens de forma mediada, portanto, reúne todas as atividades que objetivam comunicar-se com a sociedade. Essas estratégias relacionam-se umas com as outras, ou seja, o jornalismo utiliza as técnicas da publicidade para facilitar a reprodução de mensagens; ou empresas de jornais usufruem do *marketing* para realizar estudos de mercado/audiência, orientando as produções jornalísticas no atendimento ao interesse do público. Além disso, ocorrem relações entre jornalistas, publicitários, especialistas em *marketing* e profissionais das relações públicas, os quais atuam como agentes no campo da comunicação social (SOUSA, 2006). Destaca-se que as estratégias de cada segmento da comunicação social estão em interface com outras instituições, organizações e campos (como o esportivo) existentes na sociedade, não havendo, portanto, fronteiras rígidas no jornalismo ou em qualquer forma de comunicação social.

O jornalismo é utilizado pelas pessoas, no sentido de obter informações sobre os últimos acontecimentos, a fim de participar de conversas pessoais em grupos sem perder nenhum dado. Portanto, Traquina (2005) salienta que os periódicos constroem um conjunto de histórias de triunfo e tragédia da vida, tendo em vista que os jornalistas elaboram as notícias como narrativas que não são isoladas de outras histórias passadas.

Segundo Traquina (2005), não é possível conceituar jornalismo através somente de um artigo ou até mesmo um livro, mas sim trazer alguns aspectos que norteiam a compreensão desse campo. Em uma perspectiva poética, o jornalismo se refere às dimensões da vida, a qual pode ser vista nas diversas seções de um jornal diário: social, economia, ciência, educação, cultura, entre outras. O produto principal do jornalismo é a notícia, que se refere, em grande parte, à leitura do jornalista em relação aos fatos – a qual não é a realidade propriamente dita, mas também não é puramente ficção. No entanto, Traquina (2005, p. 20) diz que: “[...] A

transgressão da fronteira entre realidade e ficção é um dos maiores pecados da profissão de jornalista, merece a violenta condenação da comunidade e quase o fim de qualquer promissora carreira de jornalista”.

Segundo Traquina (2005), a perspectiva clássica do jornalismo compreendia que as matérias deveriam reproduzir integralmente a realidade, aplicando a neutralidade, a verdade e a objetividade. No entanto, o jornalista pertence a uma cultura profissional e, como agente que sofre influências no campo jornalístico, não consegue abandonar o seu *habitus* para cumprir um manual que reproduz um retrato fiel da realidade. Na década de 1960, emergiram questionamentos em relação a essa tendência tradicional, provocando algumas mudanças na forma com que o campo jornalístico era compreendido. A partir disso, paulatinamente, o jornalismo passou a ser uma atividade investigativa e protagonista. Portanto, o jornalista tornou-se autor dos fatos e das notícias, as quais revelam singularidades e uma cultura própria (BORELLI, 2008).

Em oposição ao ponto de vista que preconiza a mera transmissão e reprodução da realidade, há o entendimento de que a atividade jornalística é de produção de sentidos, não se tratando de um lugar neutro, de passagem, mas de operações de sentidos, instituídas por relações entre campos e atores sociais (BORELLI, 2008, p. 6).

Dessa forma, Traquina (2005) aponta o jornalismo como uma realidade seletiva, ou seja, construída através de processos de interação social entre os agentes do campo jornalístico. Em sua proposta teórica, ele indica a existência de uma autonomia relativa dos profissionais que lutam há bastante tempo por um controle do saber. Nesse sentido, lembra Bourdieu (1997), os jornalistas dispõem de óculos que observam certas coisas em detrimento de outras. O autor compreende que a seleção de uma matéria, depende de uma leitura realizada por meio dos “óculos particulares” do jornalista. Assim, determinados saberes, como reconhecimento do que é ou não notícia, procedimentos e narração, são elementos constitutivos de um processo cultural e histórico dos membros da comunidade jornalística.

Traquina (2005) compreende que os membros dessa profissão/comunidade possuem um *ethos* próprio, o qual orienta o trabalho jornalístico. A definição de jornalismo estabelecida entre os membros indica que este possui uma função social. Portanto, os meios de comunicação têm o papel de mercado de ideias em uma sociedade democrática, em que diferentes opiniões devem ser consideradas e debatidas.

Tal como salienta Traquina (2005), ser jornalista implica compartilhar um *ethos* e também acreditar em diversos valores como a liberdade – conceito que está no cerne da

relação entre democracia e jornalismo. A liberdade de imprensa tem sido alvo de lutas pelos jornalistas e, devido a sua importância, emerge outro valor, a autonomia/independência dos profissionais em relação a outros agentes sociais. Esse valor se caracteriza como uma luta constante entre imprensa e outros agentes, mesmo em países há muito democráticos. Indubitavelmente, faz-se necessária a autonomia para obtenção de outro valor essencial aos jornalistas: a credibilidade. Pois, a mesma direciona o profissional a uma busca pela verificação dos fatos e avaliação das fontes, tentando permanecer mais próximo da exatidão da informação.

Outro valor que se destacou para o jornalismo é a associação da matéria com a verdade, o que coloca a objetividade, entre os diversos valores apresentados, como alvo de muitas discussões em tal campo. Assim, é importante compreender que objetividade não indica simplesmente a dicotomia em relação à subjetividade, tendo em vista que aquela não surgiu no jornalismo para negar esta, mas para reconhecê-la como inevitável.

A objetividade surge no século XX, resultando de algumas mudanças ocorridas no campo jornalístico, em que se priorizavam os fatos em detrimento das opiniões. No entanto, os próprios fatos foram considerados duvidosos e a objetividade tornou-se um valor profissional comum na linguagem dos jornalistas, bem como um ideal (devido à perda na crença dos fatos) impossível de vencer a subjetividade, pois esta havia se tornado inevitável na construção das notícias. “Com a ideologia da objetividade, os jornalistas substituíram uma fé simples nos fatos por fidelidade às regras e aos procedimentos criados para um mundo no qual até os fatos eram postos em causa” (TRAQUINA, 2005, p.138). Sendo assim, a objetividade no jornalismo não se refere simplesmente a negar a subjetividade, mas se trata de uma sequência de procedimentos que a comunidade interpretativa emprega, para obter determinada credibilidade e diminuir os riscos de críticas em seu trabalho.

Traquina (2005) relata que Tuchman compreende que esses procedimentos estão subdivididos em quatro partes: primeiramente, apresentam-se as possibilidades conflituosas, em que os jornalistas precisam identificar os fatos, mesmo aqueles que não sejam facilmente verificáveis. Nesta etapa, o jornalista precisa trazer fontes com opiniões diferentes para não ser acusado de parcialidade. O segundo procedimento consiste em apresentar provas auxiliares que corroboram para determinadas afirmações. Em seguida, o terceiro procedimento prevê o uso de citações das fontes, as quais são elementos suplementares e corroboram para que a presença do jornalista desapareça da matéria. O quarto e último procedimento consiste em estruturar a informação em uma sequência apropriada, com intuito

de indicar a objetividade. Essa estrutura assemelha-se a uma pirâmide invertida, onde a informação mais importante estará localizada no primeiro parágrafo – denominado de *lead* –, o qual fica sob responsabilidade de escolha do jornalista.

Neste momento da construção da matéria, emerge o elemento da subjetividade e cabe ao jornalista invocar o seu profissionalismo para justificar a validade do *lead* escolhido, devido à sua perspicácia profissional; ou seja, a sua capacidade de escolher “objetivamente” entre “fatos” concorrentes, para decidir quais deles são mais “importantes” ou “interessantes” (TRAQUINA, 2005, p.141).

Vale destacar que, para a construção do *lead*, os jornalistas utilizam uma fórmula que se preocupa com quem, o que, quando, onde, por que e como. Esses aspectos materiais da notícia permitem que o jornalista se aproxime cada vez mais da objetividade. Esse valor como método é um auxílio a estes profissionais, pois pode ser aplicado de forma rápida e prática, colaborando com o tempo que o jornalista tem para fechar uma matéria e, além disso, contribuindo em termos de organização e legitimidade da matéria. Sendo assim, compreende-se que, mesmo diante de diversas críticas realizadas ao valor da objetividade no jornalismo, esta está intimamente associada ao campo e seus diversos agentes sociais foram em defesa de tal preceito, no sentido de atuar com justiça, de se atentar para diferentes fontes (perspectivas) e de manter sua independência.

Diante disso, é importante destacar que o campo jornalístico transcende o domínio de técnicas jornalísticas de simples profissão, sendo também uma atividade intelectual e um campo que concorre e depende de outros. Nesse contexto, Traquina (2005) percebe, através dos produtos jornalísticos, a existência de uma atividade criativa, devido à criação de novas palavras e um mundo em forma de notícias, o qual deve ser demonstrado de maneira periódica. Mas é necessário compreender que todo esse trabalho de criação pode ser restringido por questões do tempo para produção de uma matéria, dos formatos e de hierarquias, como o próprio dono da empresa dizer o que deve ou não ser publicado. Nesse aspecto, vale lembrar o âmbito econômico, o qual é uma força preponderante no jornalismo, pois aquele é disposto por empresas, as quais visam, em sua maioria, ao lucro. Nesta perspectiva, o jornalismo seria definido como um negócio, no qual as notícias seriam mercadorias que proporcionam a venda de periódicos e uma boa audiência.

Borelli (2008) relata que os fatos eleitos pelos meios de comunicação ocorrem em um campo de disputas, negociações e trocas simbólicas. Dessa forma, os periódicos não possuem apenas jornalistas, mas uma hierarquia entre os agentes que integram os editoriais – como

gerentes, diretores, revisores, colunistas, repórteres, entre outros –, os quais possuem uma posição, um capital e um *habitus*. Portanto, nessa perspectiva, é importante considerar as relações existentes entre eles, pois todos irão trabalhar para cobrir o mesmo acontecimento. Esses processos de produção de matérias jornalísticas estão carregados de aspectos internos – como subjetividades –, bem como de fatores externos – que consistem na hierarquia do campo jornalístico, na estrutura pré-determinada por interesses, regras (lógica) e rotinas próprias do funcionamento de cada periódico.

Diante disso, os meios de comunicação impressos, como as revistas, são compostos por suas lógicas próprias de funcionamento, por significados diversos e complexos. Pois, segundo Azubel (2013, p. 2):

Podemos caracterizá-las por recrear, trazer análise, reflexão e experiência de leitura. Concomitantemente, são capazes de promover a miséria do pensamento, erigir mitos, sustentar estereótipos e fomentar ideologias. Assim, comportam, em relação de justaposição, tolerância e negociação, o conhecimento e a cegueira, a consciência e a incompreensão.

Diante dessa complexidade, faz-se necessário compreender melhor as características que constituem nosso objeto de pesquisa: o jornalismo de revista.

3.1 JORNALISMO DE REVISTA ESPORTIVA

Através de uma análise da trajetória histórica da *Placar*, Rocco Junior e Belmonte (2014) demonstram que as diversas modificações ocorridas na revista são reflexo do percurso traçado pelo jornalismo esportivo no Brasil e de transformações ocorridas no futebol brasileiro, fundamentalmente nas décadas de 1970 e 80. Além disso, compreende-se a partir da teoria bourdieusiana, que a revista é agente no campo jornalístico e ambos são permeados por regras de funcionamento. Diante disso, é necessário compreender as propriedades estruturais do jornalismo de revista esportiva e, posteriormente, da própria *Placar*. Pois, esses aspectos podem auxiliar na análise do conteúdo das matérias que cobrem a seleção brasileira de futebol feminino no periódico.

Segundo Sousa (2006), as revistas estão localizadas na imprensa desde o século XVIII com a designação *museums*, tratando de temas de interesse geral; posteriormente, foi denominada como *magazine*, termo originário da França (*magazin*) que significa armazém. Esse modelo possuía um formato pequeno, com grande volume; sua periodicidade não era diária e seus conteúdos continham temas diversificados acerca da política, sociedade e

entretenimento. Com o decorrer do tempo, houve algumas modificações nas revistas quanto a sua periodicidade, podendo ser semanal. Ocorreram mudanças relacionadas à sua abrangência, tornando-se locais, regionais, nacionais e internacionais, e transformações quanto suas informações noticiosas, acrescentando conteúdos sobre economia, cultura, desporto, ciência, tecnologia, entre outras temáticas.

No Brasil, a revista chegou por volta de 1812, quando o tipógrafo “Manuel Antônio da Silva Serva imprime As Variedades ou Ensaio de Literatura auto intitulada à época uma ‘obra periódica’ derivado do Jornal Idade d’ Ouro do Brasil” (UNZELTE, 2015, p. 22). Segundo Costa (2012), as primeiras revistas surgiram no país no século XVIII, após a liberação da imprensa com a chegada da família real portuguesa. A revista passou a ter um direcionamento melhor definido no Brasil a partir de 1870, quando se delimitou o campo das publicações devido à implantação do telégrafo, telefone, fotografia e prensa a vapor. Neste período, o jornal passou a ser diário, retratando sobre tragédias, catástrofes e fatos ocorridos no dia anterior às publicações; enquanto as revistas destinavam-se a informações minuciosas com análises e críticas, bem como ao entretenimento.

É importante destacar alguns aspectos gerais sobre o jornalismo de revista, pois se identificam algumas particularidades em seu processo jornalístico. Segundo Scalzo (2003), na maior parte dos encaminhamentos das matérias, as revistas se embasam no interesse do público. Dessa forma, existe uma intensa relação entre o leitor e o periódico, a qual envolverá confiança, expectativas e identificação do leitor com determinada revista, construindo grupos que se interessam por temáticas semelhantes.

Scalzo (2004, p. 11-12) compreende que “[...] revista é um veículo de comunicação, um produto, um negócio, uma marca, um objeto, um conjunto de serviços, uma mistura de jornalismo e entretenimento [...]”, mas existem relações entre ela e o leitor que transcendem esses aspectos, como “[...] confiança, credibilidade, expectativas, idealizações, erros, pedidos de desculpas, acertos elogios, brigas, reconciliações”.

Observa-se que a *Placar* mantém essa relação com seu leitor por meio da sessão de cartas, que publica os elogios ou as críticas, bem como a reposta da revista. Nas edições verificadas neste estudo, percebem-se algumas críticas quando a revista passa trazer matérias cobrindo outras modalidades ou temas diferentes do futebol, como por exemplo: “O espaço para o futebol ficou muito pequeno” (PLACAR, 1995, p. 6); ou: “A revista não está tão ruim, mas está dado meu alerta: *Placar* é só futebol! Beleza?” (PLACAR, 2015, p. 9).

Em contrapartida, as matérias relacionadas ao futebol feminino, frequentemente são elogiadas pelos leitores. Esses elogios muitas vezes apareceram referindo-se à beleza da mulher futebolista: “Bel, a jogadora de futebol feminino estava muito gata na edição de junho. Publiquem um replay com ela” (CHRISTOFANO, set. 1995, p. 8). No entanto, com o passar do tempo, os elogios sobre o futebol feminino permaneceram, mas se modificaram, na medida em que as matérias publicadas pela revista passaram a focar o futebol e não a beleza das jogadoras: “Finalmente atenderam uma antiga reivindicação minha: a publicação de uma reportagem sobre o futebol feminino” (SANTOS, 2000, p. 95); “Achei a matéria ‘Confissões de uma lateral’ extraordinária (*Placar* de Agosto), pois mostra exatamente como é o pensamento preconceituoso das pessoas e como é a realidade do futebol feminino no Brasil” (FARIAS, p. 10, 2007).

Dessa forma, Scalzo (2004) compreende que há nas revistas um encontro entre leitor e editor, bem como uma relação invisível que une um grupo de pessoas, construindo uma identidade na medida em que constitui um sentimento de pertencimento a determinado espaço, pois há identificação através do gosto por um tema. Diante disso, a autora compreende que, primeiramente, o que define uma revista é o seu leitor.

O jornalismo de revista constrói suas matérias acerca dos acontecimentos de forma diferenciada em relação ao jornal diário. Enquanto os jornais publicam mais temas voltados para a política, as revistas nascem para divertir/distrair o leitor, mas também colaboraram na formação e na educação de uma parte da população, que não podia se dedicar aos livros e precisavam de informações específicas. A revista reúne educação, entretenimento e interpretação dos acontecimentos; e, ao mesmo tempo em que possui poucas matérias instantâneas que auxiliam o leitor em seu cotidiano, elas buscam exclusividade para apresentar ao seu público.

A revista trata dos assuntos com base nos fatos de forma mais profunda e ampla, ou busca dar um novo enfoque em acontecimentos já debatidos pelos jornais: “Uma publicação semanal, quinzenal ou mensal pode fazer uma apuração mais detalhada de fatos ocorridos durante sua produção e edição. A revista possibilita a realização de um jornalismo mais analítico” (ROCCO JR.; BELMONTE, 2014, p. 5).

Tanto jornais como revistas servem para aprofundar as matérias que já foram veiculadas pelos meios televisivos e rádios, tendo em vista que os veículos impressos servem para aprofundar e trazer informações mais complexas sobre o acontecimento. Devido à periodicidade da revista – que varia entre semanal, quinzenal, mensal –, os valores da notícia,

como exatidão, credibilidade, fontes confiáveis, entre outros, são mais fáceis de serem alcançados. Dessa forma, as revistas “[...] cobrem funções culturais mais complexas que a simples transmissão de notícias. Entretêm, trazem análise, reflexão, concentração e experiência de leitura” (SCALZO, 2004, p. 13).

Enquanto o jornal direciona seus textos para um público heterogêneo, não identificado, a revista entra em um espaço mais íntimo dos seus leitores, devido à característica de segmentação essencial desse veículo. Scalzo (2004, p. 14) ilustra da seguinte maneira:

Na televisão, fala-se para um imenso estádio de futebol, onde não se distinguem rostos na multidão; no jornal, fala-se para um grande teatro, mas ainda não se consegue distinguir quem é quem na platéia; já numa revista semanal de informação, o teatro é menor, a platéia é selecionada, você tem uma idéia melhor do grupo, ainda que não se consiga identificar um por um.

Portanto, em uma revista segmentada como esta, os jornalistas conhecem o público para o qual se está escrevendo. O público masculino passa a ser atendido pelas revistas no Brasil em 1960, com matérias de mulheres nuas, mas, devido à censura, algumas não foram bem-sucedidas. Segundo, Scalzo (2004), as revistas de esportes direcionavam-se ao público masculino e a *Placar*, lançada na década de 1970, foi uma experiência bem-sucedida, mesmo diante de suas instabilidades. Revistas criadas antes da *Placar* como *Esporte Ilustrado*, *A Gazeta Esportiva Ilustrada* e *Manchete Esportiva*, não tiveram vida longa. No entanto, revistas que apostaram na segmentação esportiva obtiveram maior êxito. Revistas de tênis, esportes náuticos, basquete, motocross, assim como a própria *Placar* que se especializou em futebol, alcançaram públicos seletos, específicos e pequenos, mas fiéis que não abandonaram os conteúdos de suas revistas.

Sousa (2006) relata que o jornalismo de revistas teve um direcionamento de segmentação e especialização, a partir do final do século XIX. E no início do século XX, emergiram os principais modelos de revistas que existem até os dias atuais. Tratam-se de periódicos com conteúdos voltados para interesses do cotidiano. Entre esses modelos, encontravam-se as revistas visuais, urbanas de elite, populares, juvenis, entre outras, mas o modelo que queremos destacar aqui são as revistas de informação noticiosa, que trazem informações sobre política, economia, sociedade, cultura e esporte. Este modelo possui um subitem em que se encontram as revistas de informação especializada, trazendo notícias

específicas sobre determinadas temáticas (SOUZA, 2006). A *Placar* representa este modelo, pois faz parte do segmento esportivo, especializada no conteúdo futebolístico.

O jornalismo esportivo é uma modalidade especializada que objetiva cobrir megaeventos, jogos, campeonatos, treinamentos, contratações de atletas e técnicos. Publicam sobre diversos agentes envolvidos no campo esportivo, como as instituições: confederações, federações, comitês, clubes e torcidas; ou, ainda, sobre as políticas públicas – Ministério de Esporte, secretarias do Esporte, entre outros.

Segundo Ribeiro (2007), a primeira cobertura esportiva no país ocorreu em jornais no final do século XIX e início do XX, em um periódico denominado *O Atleta*, do Rio de Janeiro. Na sequência, surgiram outros jornais como *O Sport* e *O sportman*, também cariocas, com conteúdos que objetivavam passar modos de desenvolvimento físico da sociedade. Em São Paulo, surgiu o jornal *A Platea Sportiva*, descrevendo resultados de corridas de cavalo. Posteriormente, surgiram revistas esportivas originárias de uma revista central, como por exemplo, *A Cigarra Esportiva* derivou da revista *A Cigarra* do estado de São Paulo. O jornal diário *A Gazeta Esportiva* e a revista *A Gazeta Esportiva Ilustrada* emergiram do jornal *A Gazeta*, também paulista (UNZELTE, 2015). A revista *Manchete Esportiva* adveio do jornal *O Globo* e da revista *Manchete*, situada no Rio de Janeiro.

O papel da imprensa esportiva brasileira era divulgar os torneios e os resultados de esportes como o turfe e partidas de futebol entre clubes. Segundo Martins (2008), as revistas esportivas ampliam seus leitores atraindo o público masculino, que na maior parte das vezes consumiam o jornal.

Através do sport, ou, melhor, das revistas que o veiculavam, o avesso leitor masculino era aliciantemente introduzido ao universo da leitura, pelo lúdico folhear de páginas que intercalavam futebol, turfe, poesias sobre esporte, charadas, crônica social, palpites no jogo do bicho, contos (MARTINS, 2008, p. 345).

No entanto, Unzelte (2015) relata que o futebol não era considerado uma temática interessante para os periódicos. Ribeiro (2007) descreve que os grandes jornais da época quase não retratavam o futebol e que, com o decorrer do tempo, o esporte ganhou espaço nos principais jornais. Na *Gazeta de Notícias* no Rio de Janeiro, a modalidade passou a ser relatada em duas colunas, denominadas *Gazeta dos Sports*. Outros jornais cariocas e paulistas passaram a cobrir o futebol e, com isso, a modalidade ganhou destaque em revistas de interesse geral, como *A Cigarra* de São Paulo, que circulava em todo território brasileiro com periodicidade semanal.

Mesmo com pouco espaço nos jornais destinados ao futebol, Unzelte (2015) relata que, naquela época, existia *O Guia de Football*, o qual o autor salienta que era uma revista e não um livro, pois em suas páginas apresentavam-se ilustrações, era catalogada como se fosse um álbum, prestava serviços ao seu leitor e apresentava informações sobre o futebol de forma enciclopédica, trazendo narrativas e aspectos do jogo. *O Guia do football* foi organizado e publicado por Mario Cardim, professor universitário e formado em Ciências Políticas e Sociais em Paris, foi o primeiro especialista que escreveu sobre futebol e divulgou o esporte no jornal *O Estado de São Paulo*.

Esse modelo de guia foi utilizado por outros periódicos esportivos, como denota na própria *Placar* até os dias de hoje. Tendo em vista, que esta utiliza a denominação “guia” em suas publicações, como os Guias *Placar* Copa do Mundo, Guia dos campeonatos Estaduais, Brasileiro, entre outros (UNZELTE, 2015).

Algumas coisas permaneceram, mas indubitavelmente outras se modificaram, pois atualmente não é necessário explicar de maneira detalhada as regras e os fundamentos do futebol, como fazia *O Guia do football*. As revistas passaram a focar na demonstração do esporte em si, suas diversas competições, biografia dos jogadores e informações sobre os clubes.

Ainda no início do século XX, é importante destacar que o público que tinha acesso às revistas, bem como à prática futebolística, era uma pequena elite brasileira. As pessoas que assistiam às partidas de futebol eram, na grande maioria, mulheres de classe alta. Segundo Unzelte (2015), isso foi notado através de fotografias de jornais e revistas daquela época, que mostravam a assistência da elite do futebol.

Segundo Unzelte (2015), as revistas de futebol no Brasil são anteriores aos jornais especializados e os periódicos de interesse geral passam a atender um público seletivo e restrito, ou seja, a elite assistente e praticante que começava a consumir o esporte. Dessa forma, as revistas esportivas se inserem em um contexto de urbanização e industrialização. Rocco Junior e Belmonte (2014) corroboram ao dizer que, na medida em que o futebol brasileiro torna-se reconhecido mundialmente diante de um cenário nacionalista, a partir da década de 1950, surgem diversas revistas esportivas, especialmente para cobrir o futebol e seus heróis. A *Placar* surge nesse contexto, lançada pela editora Abril, tornando-se destaque devido ao seu longo período de existência em comparação a outras revistas, como por exemplo, *A gazeta Esportiva Ilustrada* (1953 - 1967) e a *Manchete Esportiva* (1955 - 1959).

4 SINGULARIDADES DE UMA REVISTA ESPORTIVA: *PLACAR*

A *Placar* é um agente do campo jornalístico, a qual se consolidou como um periódico signifiante no campo esportivo e no subcampo futebolístico. Para entender melhor a relação entre esses campos, este capítulo objetiva conhecer o contexto da revista e sua articulação com o futebol desde seu início, em 1970, até sua venda para editora Caras, em 2015.

A construção do texto histórico sobre a revista foi realizada a partir da leitura de alguns autores, especificamente Unzelte (2015) e Chiarioni e Kroehn (2010), os quais mostram as várias modificações editoriais e históricas do periódico.

O primeiro autor, Celso Dario Unzelte, é um articulista paulista que iniciou sua carreira como repórter na *Placar*, em 1990; em 1991, atuou na revista *Semana em Ação* que substituiu a *Placar* na editora Abril por dois anos (1990-91); e, posteriormente, se tornou-editor daquela em 2015, já com a editora Caras¹¹. Sua dissertação buscou compreender como o futebol foi apresentado no jornalismo de revista brasileira e inicia o estudo pelos materiais produzidos pelas antecessoras da *Placar*, realizando entrevistas com jornalistas da área. Dessa forma, “O trabalho encaminhou-se para um estudo aprofundado da revista Placar, a mais tradicional e duradoura desse segmento, editada desde 1970” (UNZELTE, 2015, p. 9).

Bruno Chiarioni e Marcio Kroehn, ambos jornalistas de formação, escreveram o livro denominado *Onde o Esporte se reinventa: Histórias e bastidores dos 40 anos de Placar*, diante de um convite do jornalista Juca Kfourir. O objetivo dos autores foi contar a história da *Placar*, do ponto de vista do elenco (jornalistas, chefes, diretores, assistentes, estagiários e prestadores de serviços) que formou a revista, desde a década de 1970.

4.1 CONTEXTO HISTÓRICO, ECONÔMICO E POLÍTICO DA REVISTA *PLACAR*

A revista *Placar* surgiu em 1970, no período em que o Brasil era governado por Emílio Garrastazu Médici, protagonista do momento mais rígido do regime militar, que ficou conhecido como *anos de chumbo* (GIAMBIAGI *et al.*, 2011). Naquele momento, as relações entre esporte, política e sociedade estavam efervescentes devido à nona Copa do Mundo de futebol masculino que ocorreria no México, onde o Brasil disputaria o tricampeonato.

¹¹**Portal dos Jornalistas.** Disponível em: <<http://www.portaldosjornalistas.com.br/jornalista/celso-unzelte/>>. Acesso em: 28 jan. 2018.

O futebol na sociedade brasileira sofreu transformações, pois sua prática se desenvolveu em segmentos mais privilegiados, mas “[...] Não tardou para que o futebol extrapolasse limitações socioeconômicas, distendendo-se entre as demais camadas e perpassando pela apropriação popular” (MARCZAL, 2011, p.28). Esta modalidade começou a se consolidar como um fenômeno em todo o território brasileiro, sobretudo, a partir da conquista do Mundial em 1958 na Suécia, com apoio do Plano Paulo Machado de Carvalho que circunscreveu um novo momento para futebol no país, mas com a permanência pela busca de modelos europeus nos campos sociais (FREITAS JR., 2014).

Após a conquista do bicampeonato Mundial em 1962 (Chile), o Brasil fez uma péssima campanha em 1966 (Inglaterra) e não passou pela fase de grupos. Nesta Copa, haviase consolidado o regime militar (1964) e o cenário era de desorganização técnica da seleção e política, aspectos que refletiram no insucesso brasileiro. Dessa forma, a busca pelo tricampeonato na copa de 1970 se tornou intensa (MARCZAL, 2011).

Os grandes meios de comunicação do país divulgaram uma imagem positiva desse período, associando a vitória da seleção no México com o suposto crescimento econômico que estava ocorrendo. Contudo, é necessário destacar que houve movimentos de resistência por parte de alguns veículos de comunicação (MORAES, 2014). Especialmente os jornais impressos utilizaram métodos a fim de driblar a situação de censura. Ramonet (1999) lembra que alguns jornais publicavam textos com lacunas em branco, de modo a deixar evidente o traço dos termos censurados, tornando assim, a censura visível. Ou ainda, os espaços em branco eram preenchidos com letras de músicas, receitas e poemas. Conforme Moraes (2014, p. 37), a introdução de informações descontextualizadas objetivava “[...] protestar contra a falta de liberdade de imprensa e de expressão e, em alguns casos, revelar ao leitor, de forma discreta, que o veículo estava sob censura”.

A *Placar* surgiu nesse contexto, em março de 1970, e contribuiu para a que Copa no México se tornasse um momento histórico para o futebol brasileiro (MARCZAL, 2011). Seu projeto foi formulado em 1952, por Claudio de Souza conhecido como “O Homem Abril”, que era escritor, redator e editor da Abril no lançamento de vários títulos, foi um funcionário que se dedicou muito a Victor Civita, fundador da referida editora. Souza apresentou a ideia da revista para Civita já com a denominação *Placar*, devido ao bordão mencionado e popularizado pelos locutores de rádio “Olha lá, olha lá no placar”. No entanto, pela falta de estrutura da editora para colocar o projeto em funcionamento, este foi arquivado.

Ao contrário de Civita, Claudio de Souza não era apaixonado por futebol, trabalhava especialmente na área de revistas em quadrinhos, mas utilizava o esporte frequentemente em suas publicações. Souza ajudou a desenvolver o Departamento de documentação da editora Abril em 1968 e, com isso, conseguiu adquirir um material do acervo particular de Thomaz Mazzoni¹², o qual foi utilizado nos primeiros textos do periódico *A Gazeta Esportiva*, sendo muito importantes para o lançamento da *Placar*.

A editora Abril iniciou seus trabalhos em 1950, primeiramente com a publicação de histórias em quadrinhos e se expandiu rapidamente pela diversificação de suas matérias. Em 1952, lançou *Capricho* e, em 1958, a *Ilusão*, revistas que traziam fotonovelas direcionadas para o público jovem do sexo feminino. Já em 1959, a revista *Manequim*, dedicada para publicações sobre moda e, em 1960, as *Quatro Rodas* falando sobre automobilismo. A revista *Claudia* destinando-se ao público feminino, mais especificamente a mulheres casadas, e um gibi denominado *Zé carioca* foram lançados em 1961. Na sequência, em 1966 e 68, respectivamente, surgiu a revista mensal *Realidade* e a semanal *Veja*, contemplando em suas páginas jornalismo e atualidades. Em 1969, lançou a revista-brinquedo destinada ao público infantil denominada *Recreio*. Em março de 1970, Civita deu andamento ao projeto da revista *Placar* e, nessa mesma década, foram desenvolvidas as revistas *Exame* (1971) e a *Playboy* (1975).

Segundo Marczal (2011), esse grande e rápido crescimento das publicações e da própria editora está relacionada à forma como Civita compreendia a imprensa. Devido ao acúmulo de experiência na indústria gráfica internacional, aproximava-se do jornalismo americano. Ele tinha uma visão mercadológica, objetivando satisfazer os desejos dos diferentes consumidores: feminino, masculino e infantil.

Sendo assim, a *Placar* surgiu efetivamente em um contexto de expansão e investimentos da editora Abril, numa época em que o país era governado pelos militares, que objetivavam o desenvolvimento econômico do país.

A Copa do Mundo de 1970 ocorrida no México, quando a seleção brasileira poderia ganhar o terceiro título Mundial de futebol, junto à implantação da loteria esportiva, sobre a qual a *Placar* poderia ser a única a publicar informações, estimulou o surgimento da revista.

¹² Articulista paulista, especializado em jornalismo esportivo, sobretudo na área do futebol, publicou mais de 20 livros na literatura esportiva e atuou como comentarista esportivo nas rádios paulistas. RIBEIRO, A. Thomaz Mazzoni: O jornalista esportivo. 9 de abril de 2015. Acesso em: <<http://www.ludopedio.com.br/arquivancada/thomaz-mazzoni-o-jornalista-esportivo/>>. Disponível em: 30 jan. 2018.

“Civita esperava convencer a Caixa Econômica Federal a atrelar à revista com exclusividade, os prognósticos e demais informações sobre a loteria, talvez até os próprios volantes de apostas, para obrigar os apostadores a comprá-la” (UNZELTE, 2015, p. 15).

Quando a *Placar* nasceu, estabeleceu uma forte concorrência com outra revista já existente, denominada *Esporte*. Pois, quando aquela surgiu, foi vendida por menor preço, com maior quantidade de páginas e trouxe algumas publicações coloridas. Segundo Gonçalves Junior (2005), a diferença mais significativa entre essas duas revistas é que os textos que traziam foco na revista *Esporte* não eram publicados na *Placar*. Civita demonstra, na primeira edição da Carta ao Leitor, uma nova forma de pensar e fazer o jornalismo esportivo, buscando trabalhar em uma perspectiva mais séria em detrimento da tietagem aos jogadores, ou seja, por um viés de uma “[...] crítica construtiva, pela análise ponderada, pela reportagem desassombrada e imparcial” (CIVITA, 20 mar. 1970, p. 38).

A direção do semanário *Placar* ficou sob a responsabilidade de Souza, que elegeu Paulo Patarra, ex-redator chefe das revistas *Quatro Rodas* e *Realidade*, para dar continuidade e atualizar o projeto que fora construído em 1952, ao lado dos jornalistas Maurício Azevedo, Aristélio Andrade e Hamilton Almeida. Sendo assim, o projeto passou por algumas alterações. “Em vez dos textos curtos a revista veiculou grandes matérias, produzidas por repórteres calejados no jornalismo esportivo. Em comum entre duas propostas manteve-se a ênfase nas fotografias para composição gráfica dos artigos” (MARCZAL, 2011, p. 88).

Existem controvérsias em relação à autoria do projeto da *Placar*. O primeiro repórter contratado pela revista, Michel Laurence esclareceu para os autores:

Alguns dizem que o verdadeiro criador da *Placar* foi Aristélio Andrade, jornalista pernambucano radicado no Rio de Janeiro. Para outros, entretanto, o jornalista Cláudio de Souza teria sido o “pai” da publicação. Talvez por ter sido o primeiro diretor de redação (CHIARIONI; KROEHN, 2010, p. 30).

Os jornalistas contratados para atuar na revista, dirigida por Souza, foram Hamilton Almeida, Maurício Azevedo e Wóile Guimarães, como editores; e Michel Laurence junto a José Maria de Aquino como redatores (GONÇALO JUNIOR, 2005). Para o lançamento da *Placar*, primeiramente, foram elaboradas quatro edições, as quais foram distribuídas para testar a receptividade do periódico. Após alguns ajustes, a revista passou a circular efetivamente em março de 1970. Em sua primeira edição, computou-se cerca de 120 mil exemplares nas bancas. Todas as revistas da editora Abril eram elaboradas em um sistema 4x2, quatro páginas em preto e branco e duas páginas coloridas, devido aos custos desta

impressão. A primeira revista continha um brinde que era uma moeda metálica dourada, revestida com a imagem do rosto do Pelé, a qual representava a moedinha do Tio Patinhas que confere sorte e prosperidade à seleção, idealizada por Victor Civita. O jogador foi escolhido para estampar a capa juntamente com uma taça sob o título “Pelé- receita para ganhar a Copa de 1970”. (MARCZAL, 2011; UNZELT, 2015; CHIARIONI, KROEHN, 2010).

Na edição número um, Victor Civita assinou a carta do editor, contando sobre as origens da ideia que formulou a *Placar*:

Há vinte anos, quando era fundada a Editora Abril, nascia também a idéia de *Placar*. Era 16 de julho de 1950, uma data que o futebol brasileiro jamais esquecerá. [...] Resolvemos que uma das publicações de nosso plano editorial deveria ser, mais cedo ou mais tarde, uma revista esportiva - tão explosiva e tão sensacional como este nosso povo que vai aos estádios fazer uma das mais belas festas do mundo. [...] Conseguimos reunir uma equipe jovem, talentosa, altamente profissional. Por outro lado, temos hoje no País uma nova mentalidade no jornalismo esportivo: a paixão clubística, as preocupações pessoais, os interesses menores foram substituídos pela crítica construtiva, pela análise ponderada, pela reportagem desassombrada e imparcial. E tudo isto faz parte da filosofia de *PLACAR* (CIVITA, 20 mar. 1970, p. 38).

Civita demonstra que 1950 foi uma época essencial para projetar a *Placar*, devido às emoções da copa sediada no Brasil, momento em que se desperta no povo brasileiro uma grande paixão pelo futebol. No entanto, mesmo com a boa recepção da revista, ela só poderia ser lançada quando obtivesse uma melhor estrutura econômica, profissional, bem como do próprio jornalismo esportivo.

Segundo Gonçalo Junior (2005), no início da revista, suas publicações mesclavam textos que cobriram os acontecimentos durante os jogos – no interior das quatro linhas – e o que ocorria no exterior, os bastidores das partidas. A *Placar* se estruturou de forma sólida no campo jornalístico, devido à sua cobertura realizada na Copa do Mundo do México em 1970, na conquista do tricampeonato.

Segundo Marczal (2011), a *Placar* surge com a finalidade de noticiar sobre o futebol em detrimento a outras modalidades, pois o período era oportuno, tendo em vista o Mundial. A revista esportiva encaminhou importantes profissionais da equipe para cobrir a Copa, os quais noticiaram a preparação da seleção brasileira e a organização do megaevento. Para além dessas matérias, a revista publicou sobre as competições futebolísticas que ocorriam no Brasil, como o *Tabelão*, apresentando os jogos centrais dos campeonatos estaduais e

nacionais que eram as possíveis apostas na Loteria Esportiva. Destacavam-se as entrevistas *Cara a Cara* e o espaço reservado aos leitores, denominado *Camisa 12*.

O jornalismo da *Placar* sempre teve uma relação bastante próxima com a escrita literária. Outra característica bastante forte nas publicações do semanário foi prioridade nas matérias investigativas realizadas pelos repórteres. Algumas denúncias resultaram em ameaças, as quais foram constantes na existência da revista.

A *Placar* realizou denúncias sobre a falta de profissionalismo no futebol, questionando a estrutura esportiva no país ao criticar dirigentes de clubes, federações, Confederação Brasileira de Futebol (CBD) e, posteriormente, a corrupção da própria Loteria Esportiva. Em relação ao posicionamento político, a revista não oferecia espaço em suas edições para tal cobertura. Segundo Marczal (2011), essa postura vai ao encontro do objetivo da própria editora, qual seja levar textos direcionados ao público específico de cada revista; sendo assim, a perspectiva da *Placar* era publicar conteúdo esportivo sob um viés de entretenimento e da cultura de massas.

Entre os leitores da *Placar*, encontravam-se adolescentes, jovens e adultos, e a prioridade principal da revista desde seu início era atender às necessidades desses leitores. Vale destacar que, em janeiro de 1971, a redação passou a ser dirigida por Milton Coelho da Graça, pois Claudio de Souza passou a administrar as publicações infanto-juvenis da Abril. A edição obteve destaque pelo aspecto visual, devido à capa elaborada em 17 de abril de 1970, com o jogador “Dadá Maravilha”, nela, a imagem expressava certa ilusão de ótica ao figurar que o jogador tinha três pernas. É evidente que outro jogador passava por trás de Dadá, mas com esta capa buscava-se, possivelmente, destacara qualidade fotográfica, característica marcante nas revistas pertencentes à editora Abril, como na *Placar*, *Playboy*, entre outras. Essa ferramenta foi utilizada nas publicações da *Placar*, para mostrar os lances dos jogos e da mesma forma a sensualidade e a beleza corporal das mulheres esportistas.

Figura 1 - Placar, abril de 1971.



A cobertura do Mundial no México em 1970 também colaborou para a consolidação da revista, pois ela produziu a capa colorida na estreia da Copa e, naquela época, os primeiros televisores coloridos estavam chegando para população brasileira.

A *Placar* transmitiu o *Tabelão* durante 30 anos, no qual era construído um resumo das rodadas dos campeonatos Estaduais e Nacional. Eles organizavam uma descrição específica de quase todos os jogos que tinham ocorrido no final de semana, para chegar às bancas na terça-feira pela manhã. O Campeonato Brasileiro, criado em 1971, passou a ser o escopo da revista e, naquele momento, as vendas foram significativas para editora Abril. Com o decorrer do tempo, a revista passou a realizar suas premiações Bola de Prata, Bola de Ouro e, posteriormente, a Chuteira de Ouro.

Na sequência, Jairo Régis, que era jornalista da *Placar*, assumiu a direção, convidando Celso Kinjô, em 1977, para ser editor-chefe da revista. Nesse período, o texto era direcionado especificamente para os torcedores, composto por adjetivos e com um jornalismo mais voltado para o popular. Posteriormente, em 1979, Kfoury assumiu a direção da revista, trazendo sua militância política, a qual aumentou quando ele se tornou estudante de Ciências Sociais da Universidade de São Paulo. A edição de 8 de junho de 1979 foi a primeira realizada por uma equipe dirigida por esse diretor, chegando às bancas em uma versão menor. No entanto, passou a ser impressa em papel mais grosso e a ter uma aparência mais moderna.

“Juca recebeu a missão de elaborar, junto às cruzadas que saíam nas últimas páginas de *Placar*, uma seção chamada ‘Resolva esse Jogo’ [...]” (CHIARIONI; KROEHN, 2010, p. 77). Em 1974, Kfourir, que nunca tinha sido jornalista, foi convidado pelo diretor de redação Jairo Régis para ser chefe de reportagem com o objetivo de organizar a *Placar*. “O garoto de 24 anos, barbudinho e comunista, chegava para liderar uma equipe que contava com repórteres experientes” (CHIARIONI; KROEHN, 2010, p. 78). A equipe orientada por Juca era composta por repórteres como Michel Laurence, José Maria de Aquino e Carlos Maranhão em São Paulo; José Trajano e Raul Quadros no Rio de Janeiro; e em Porto Alegre, Divino Fonseca.

Em 1978, Juca Kfourir saiu da revista e ficou três meses como diretor da TV Tupi de São Paulo e, posteriormente, retornou à *Placar* como diretor de projetos especiais, cuidando de publicações como loteria esportiva, *Tabelão* e coleção de Grandes Clubes Brasileiros. Naquele momento, existia ameaça de fechamento da revista, portanto, a equipe editorial elaborou 13 revistas especiais que vinham em um mini disco com o hino de times, distintivos autocolantes para futebol de botão e um pôster com uma mulher de biquíni com as cores de cada clube. Dessa forma, as edições lançadas em 1978 salvaram o período com um alto número de vendas.

Em sete de setembro de 1979, Juca assumiu a direção da revista no lugar de Jairo Régis e encarou uma redação convencida de que teria que ocorrer o fechamento ou a reestruturação da *Placar*. Assim, a equipe precisou ser reforçada com a contratação de um novo jornalista, Marcelo Rezende. Novamente, a revista conseguiu se reconstituir, desafiando o sazonalismo de vendas nas bancas. Nos anos de 1980, ocorreram três marcos importantes para história da *Placar*: a cobertura do Mundial na Espanha; as publicações investigativas que revelam a Máfia da Loteria Esportiva no Brasil; e o surgimento da Democracia Corinthiana¹³.

Para a Copa do Mundo, foi elaborado um projeto de cobertura que favoreceu a publicidade. “Empresas como Topper, Philips e Kodak passaram a anunciar na revista, cuja estrutura física saltou de 84 para 100 páginas. A edição especial da Copa, antecipando a competição, tinha 132” (UNZELTE, 2015, p. 137). No Mundial de 1982, o Brasil buscava o tetracampeonato e estava passando pelos últimos anos de regime militar. Naquele momento:

¹³ A Democracia Corinthiana foi um movimento que demandava maior participação dos agentes do campo futebolístico, desde jogadores até a equipe técnica, em atividades que envolviam seus trabalhos (UNZELTE, 2015).

A revista angariou acordos com as empresas de material esportivo Topper, de eletrônicos Philips, de tabaco Souza Cruz e de filmes fotográficos Kodak, destacados como patrocinadoras da cobertura da Copa. Essa descrição era colocada em destaque, firmando a separação entre essas formas distintas de comunicação: jornalismo e publicidade (CHIARIONI, KROEHN, 2010, p. 110).

À cobertura da Copa na Espanha, a *Placar* reforçou sua equipe ao contratar o jornalista da imprensa esportiva, Alberto Helena Jr., colunista que trouxe a coluna “bola de papel” para as páginas da revista. O quadro modifica-se com o repórter Marcelo Rezende cobrindo a Copa, ao invés de José Maria de Aquino, que cobriu as Copas de 1970 e 1978.

No entanto, a derrota brasileira em 1982 trouxe descrédito e uma relativa decepção dos torcedores pelo futebol. Dessa forma, as vendas diminuíram e aumentaram depois de três meses com ostextos sobre a Máfia da Loteria Esportiva. Essas publicações geraram visibilidade para a revista ao mesmo tempo em que contribuíram para sua queda, posteriormente. Essa cobertura trouxe a descrença no futebol, na medida em que os leitores perceberam que o espírito esportivo estava sendo promovido por uma política de corrupção, o que gerou o declínio da loteria esportiva.

Essas publicações da Loteria Esportiva realizadas pela *Placar* se tornaram pauta em outros meios de comunicação. Além disso, reforçou o jornalismo investigativo da revista e aumentou a vendagem. No entanto, esses textos sobre a Máfia da Loteria Esportiva trouxeram resultados negativos também, pois apontaram denúncias de algo sobre o que a revista vinha realizando coberturas desde seu início.

Diante do contexto da *Placar*, vale destacar que as publicações visavam trazer temáticas próximas ao brasileiro, como a Loteria esportiva e o futebol, pois, como justifica Damatta (1982), este esporte, o carnaval e o jogo do bicho são características da cultura brasileira.

Na década de 1980, com a baixa nas vendas, *Placar* acabou buscando um novo caminho de mercado para atingir outros públicos, lançando uma revista que publicava sobre os esportes em geral. Vale lembrar, que já nas primeiras edições, outros esportes como o boxe e o automobilismo, em feitos inéditos, ocuparam um espaço na revista, mas não tiraram o foco da cobertura sobre o futebol.

Em abril de 1984, foi lançada a *Placar Todos os Esportes*, que era um “[...] passo para uma revista plural com todas as modalidades e o fim na monocultura futebolística parecia sem volta” (CHIARIONI, KROEHN, 2010, p. 214). “A Sports Illustrated brasileira, como queria o presidente da Editora Abril, Roberto Civita, comparando-a à maior e mais tradicional

publicação poliesportiva dos Estados Unidos e de todo o mundo” (UNZELTE, 2015, p.145). A primeira edição dessa nova fase contemplava em sua capa Pelé, vestindo uma camiseta com a frase “Diretas Já!”. Trazia, ainda a seleção brasileira de voleibol, algumas chamadas do boxe e informações sobre as Olimpíadas que ocorreriam naquele ano.

Mesmo que a revista tivesse espaço menor para publicações sobre o futebol, este ainda era o produto chefe, pois, nas 29 edições publicadas do modelo *Placar Todos os Esportes*, o futebol apareceu em maior número de capas. Segundo Unzelte (2015), o modelo poliesportivo ocupava 69% das publicações da revista e o objetivo era diminuir cada vez mais o espaço reservado ao futebol, aumentando o destaque para outras modalidades. As edições que perpassaram esta nova fase contemplaram o basquetebol, o motocross, o atletismo e o futebol feminino.

O articulista Juca Kfourir não era a favor desse modelo, que foi proposto e defendido por Roberto Civita. Mesmo não aceitando tal padrão, a primeira carta de *Placar Todos os Esportes*, assinada por Kfourir, relatava que uma revista poliesportiva era a realização de um antigo sonho, no qual a *Placar* passou a ser mais rica, contando tudo sobre o mundo do esporte e indo em direção ao leitor.

Além disso, as Olimpíadas de Los Angeles, que ocorreram naquele momento, trouxeram uma perspectiva poliesportiva para o Brasil. No entanto, a vendagem de *Placar Todos os Esportes* baixou muito em comparação ao período em que a revista era somente de conteúdos futebolísticos. Os repórteres que passaram por esse período da redação mencionaram que preferiam o apagar da memória, não por outras modalidades terem sido contempladas, mas argumentam que a revista perdeu sua identidade, ao se descaracterizar como uma revista futebolística. A *Placar todos os Esportes* não obteve popularidade e despencou em vendas nas bancas, chegando a vender apenas 40 mil exemplares.

Em 16 de novembro de 1984, a revista com o *slogan Placar* e seu conteúdo futebolístico retornaram às bancas. As publicações sobre outros esportes continuaram de forma minoritária, trazendo conteúdos sem profundidade, se comparado à versão poliesportiva. As novas edições passaram a ser publicadas sem o logotipo *Todos os Esportes*, e semelhantes ao modelo da *Veja*¹⁴. Essa transformação ocorreu, fundamentalmente, porque Carlos Maranhão que trabalhava na *Veja*, assumiu o cargo de diretor de redação, pois Kfourir passou a ser diretor de área, comandando um grupo de publicações esportivas.

¹⁴ Uma revista semanal de informação publicada pela editora Abril desde 1968 (UNZELTE, 2015).

Em 1985, a *Placar* objetivava aumentar sua circulação e conquistar novos públicos, para isso, trabalhava com reportagens longas, buscando permanecer com a tradição de um olhar mais investigativo.

Em 1986, ano da Copa do Mundo, a *Placar* elaborou uma edição especial com um guia do torneio, que bateu o recorde de vendas com 155 mil exemplares. Naquele mesmo ano, a equipe da revista se modificou e aqueles jornalistas que trabalharam em *Placar Todos os Esportes* saíram, o que exigiu que Carlos Maranhão, atual diretor de redação, começasse a montar uma nova equipe que contava com Alfredo Ogawa, Tônico Duarte, Marcelo Duarte, Ubiratan Brasil, Ari Borges, Betise Assunção. Os jornalistas novos em *Placar* eram apelidados *Focas* e sempre começavam publicando sobre o esporte amador. Entende-se que, nesta época, que o esporte amador para a revista era todo aquele que não fosse o futebol profissional praticado por homens.

Dessa forma, o futebol feminino considerado esporte amador foi publicado pelos *Focas*, isto é, jornalistas com pouca autonomia, pois eram recém-chegados e com baixo capital simbólico em relação aos jornalistas com uma posição estruturada dentro da revista. Isso pode ser inferido, na medida em que se percebe que os articulistas renomados no jornalismo esportivo brasileiro, os quais atuaram na *Placar*, não assinaram os textos sobre futebol feminino, sendo, muitas vezes, publicados sem autoria nas páginas da revista.

Para a Copa de 1986, a *Placar* objetivou trazer textos comoventes, mostrar os detalhes, expor as comemorações através da fotografia, intentando demonstrar as emoções que o jogo e a televisão reproduziam. Com a derrota na Copa, não ocorreu o aumento esperado no número de vendas e a revista continuou publicando com foco no campeonato nacional e investindo nos brindes. Em outubro de 1987, na edição 907, a *Placar* trouxe em suas páginas uma cobertura sobre *doping* no futebol, contando a história do jogador Vagner Aparecido Nunes (Mazolinha). Essa publicação foi relevante para a revista, obtendo forte repercussão e sendo “[...] reverenciada com o *Prêmio Esso de Jornalismo de 1988, categoria Informação Esportiva*” (CHIARIONI, KROEHN, 2010, p. 246). Esse prêmio prestigiou os jornalistas da revista *Placar* e, ao mesmo tempo, trouxe o final da carreira de Mazolinha.

Em agosto de 1988, edição de número 951, a *Placar* deixou de seguir esse modelo semelhante ao da *Veja*, trazendo em sua capa o tigrinho Hodori, mascote da competição dos Jogos Olímpicos de Seul. Para se restabelecer das dificuldades que surgiram, a revista precisou investir em uma mudança de formato e conteúdo, o que resultou na criação de *Placar Mais*.

A edição número 952 de 2 de setembro de 1988, chegou às bancas com um formato maior do que a anterior (30 por 23,5 centímetros) e com menor preço, em uma versão mais colorida, pois todas as páginas passaram a ser impressas em cores. Juca Kfoury, nesta fase, passou a ser novamente diretor de redação, acumulando o cargo de diretor de área. A editora Abril passou a utilizar um “papel-jornal”, priorizando mais as fotos e textos mais curtos. *Placar Mais* trocou textos longos e analíticos por notas, aproximando-se do modelo de uma revista de fofocas. Embora tenha sido a primeira vez que esta versão foi aplicada no semanário em questão, ela não era novidade para o jornalismo de revista.

Em 1989, o termo *Mais* já não aparece no logotipo das edições seguintes, mas percebe-se que somente na primeira revista publicada no mês de abril do referido ano é retirado o termo do periódico, que continuou seguindo com o mesmo formato. Na edição 974, de fevereiro de 1989, Katia Perin publicou o texto “O primeiro time de Pelé”, que trouxe para a *Placar* o segundo Prêmio Esso de Informação Esportiva. Esse fato vale destaque, pois foi a primeira mulher que publicou na respectiva revista e “[...] entrava em um mundo de estereótipos e machismos com a anuência e admiração dos colegas *Placarianos*”. (CHIARIONI; KROEHN 2010, p. 255).

Dentre as repórteres que passaram pela revista, encontram-se Maria Helena Araújo, Marta Esteves, Regina Echeverria, Betise Assumpção e Kátia Perin – esta havia realizado o curso Abril de Jornalismo e atuava na revista *Cláudia*. Quando Perin foi chamada pela revista esportiva em 1989, época em que o diretor de redação era Marcelo Duarte, a mesma foi desafiada a realizar essa matéria sobre o primeiro time de Pelé. Dessa forma, “O faro diferenciado de Kátia talvez tenha contribuído para a bem-sucedida reportagem que ganhou o segundo Prêmio Esso de Informação Esportiva da história da revista” (CHIARIONI; KROEHN 2010, p. 257).

A edição 1.051, em agosto de 1990, foi a última *Placar* com circulação semanal. Esse período foi caracterizado como difícil para economia da revista, bem como para o futebol e para os brasileiros. Naquele momento, o primeiro presidente eleito pelo voto direto, Fernando Collor de Mello bloqueou qualquer valor depositado em contas correntes ou poupança acima de 50 mil cruzados, durante 18 meses. Nesse mesmo ano, a seleção brasileira foi eliminada pela Argentina nas oitavas de final da Copa do Mundo na Itália. O principal motivo da eliminação desta seleção, treinada por Sebastião Lazaroni, foi a desunião da equipe, momento que o futebol brasileiro ficou conhecido como a Era Dunga. A *Placar* publicou a vitória alemã e, depois de cinco edições, deixou de ter periodicidade semanal. Essa periodicidade

gerou questionamentos por parte dos leitores, pois alguns tinham regularidade e fidelidade na assinatura da revista.

As edições semanais da *Placar* diminuíram e deram lugar a uma revista denominada *Ação*, que durou um ano, noticiando sobre os esportes de alto consumo, com intuito de conquistar o público que não gostava de futebol. No entanto, chegaram muitas reclamações dos leitores, insatisfeitos com a ausência do semanário. A revista-pôster do campeão foi bastante reivindicada pelos leitores, considerada um dos grandes acertos, pois seu custo era baixo e sua venda alta, fator que contribuiu para sustentar *Placar* durante muito tempo.

Em abril de 1991, após 31 edições de *Ação*, esta deixou de ser publicada e a *Placar* voltou a circular sem periodicidade, produzida por uma pequena equipe de jornalistas. No período de publicações sazonais da *Placar*, foram editados textos importantes, os quais tiveram alto número de vendas. Esse fator deu força política a Kfourì, frente ao diretor de Divisão de Revistas da Editora Abril, Thomaz Souto Corrêa, para trazer de volta a *Placar*, sendo publicada mensalmente como uma revista temática.

Entre as edições especiais temáticas estão a comemorativa dos 50anos de Pelé, na qual “O tema foi aceito e foram rodadas 100 mil revistas, com vendagem de 99,7 mil” (CHIARIONI; KROEHN, 2010, p. 297); e uma edição especial em formato pôster, sobre o primeiro título Brasileiro do Corinthians, que teve um alto número de vendas. Mesmo com o sucesso dessas duas primeiras edições, não ocorreu o resgate da periodicidade semanal da revista, mas mantiveram-se as publicações mensais. Essa mudança ocorreu sem nenhum informativo de que a *Placar* modificaria sua periodicidade para mensal, nem mesmo dentro da própria revista.

Em 1991, ano da primeira Copa do Mundo de futebol feminino, foram esquematizadas 12revistas, uma para cada mês do ano; a Bola de Prata continuou sendo entregue para não romper com uma história desde a década de 1970. As revistas eram produzidas com material arquivado com fácil acesso, sem informações diárias do futebol, exceto os guias dos campeonatos e as revistas pôsteres que eram editadas continuamente. A *Placar* mensal permaneceu com uma equipe de redação pequena, composta por Juca Kfourì como diretor; Álvaro Almeida como redator-chefe; Celso Unzelte como editor; Paulo Vinicius Coelho, conhecido como PVC, era repórter; e Ricardo Corrêa, editor de fotografia. O setor de arte comandado Walter Mazzuchelli era terceirizado, mas, a partir de 1993, Sérgio Martins (que também pertencia à redação) contratou o pessoal da arte, um editor e um repórter para a equipe.

A *Placar* passou a criar várias edições temáticas, como os *Campeões de 90*; *Guia do Campeonato Brasileiro*; *Os Maiores Clubes do Planeta*; entre outras. Vale destacar que as revistas especiais que passaram a circular nessa época são edições extras, as quais não eram novidade, pois elas foram inauguradas em dezembro de 1976, com a revista-pôster que continuou sendo publicada durante toda a trajetória da *Placar*, trazendo os principais campeonatos estaduais, o brasileiro, a Copa do Brasil e a Libertadores. Essas edições extras sempre colaboraram para a existência da revista no decorrer do tempo como o “projeto 13”, que contava a história dos principais clubes do país, o qual foi elaborado em 1978 e reeditado em períodos de dificuldades para a revista.

A equipe de Kfoury não rejeitava a *Placar* temática e mensal, mas essas edições não agradavam a redação.

Todos pensavam em como melhorar a revista e a qualidade de informação de uma nova proposta no segmento esportivo. [...] A lógica era ser uma revista nacional, sem privilégios e aproveitar os torcedores de todos os clubes que não estavam concentrados nos seus Estados de origem (CHIARIONI, KROEHN 2010, p. 304).

A versão mensal iniciou vendendo 35 mil exemplares e, paulatinamente, chegou ao auge, vendendo 120 mil cópias. Dessa forma, a revista passou a ser foco da editora Abril, pelas suas produções e pelo retorno financeiro que estavam sendo bastante positivos. Nessa fase, “A cobertura da Copa faz renascer um dos diferenciais históricos de *Placar*: as imagens de sua equipe de foto jornalistas” (CHIARIONI; KROEHN 2010, p. 315).

Os fotógrafos da *Placar* destacavam-se pelas imagens, pois suas fotografias foram apontadas como disseminadoras de adrenalina e emoção nos momentos de vibração. Assim, as imagens acompanhadas dos textos e testemunhos dos jogos, tornaram-se algo bastante relevante, quando se fala da revista. A fotografia esportiva é amplamente periférica e a *Placar* se diferenciava nesse aspecto, na medida em que focava no detalhe do lance, e a Editora Abril fornecia bons equipamentos para as fotografias.

O surgimento de uma nova geração apaixonada por futebol como crianças, meninas e mulheres fez emergir uma nova perspectiva para atender a esse novo público, com uma política editorial que priorizaria o futebol, mas incluiria textos que agradassem o público jovem, como moda, música e sexualidade. Portanto, trouxeram o modelo *Futebol, Sexo e Rock& Roll*, que passou a ser a assinatura da revista em abril de 1995. “Uma publicação mais moderna, com um design ousado, fotos gigantescas e textos menores com a mistura de

esporte, sexo e música, uma combinação que parecia perfeita” (CHIARIONI; KROEHN, 2010, p. 340).

No início, o projeto *Futebol, Sexo e Rock& Roll* fez uma grande campanha de publicidade para a revista. Isso se evidenciou na variedade de anunciantes na revista, todas as marcas voltadas para jovens. “Incluiu até uma publicidade no rádio e na televisão, estrelada por Edmundo, com direito à música e ao refrão ‘todo animal precisa de carinho’” (UNZELTE, 2015, p. 183).

Esta nova política editorial começou na edição número 1.102, que chegou às bancas com um formato maior do que qualquer outra revista nacional (27,5 cm x 35, 8 cm). O nome *Placar* foi aproveitado para manter a forte marca associada ao futebol. Além disso, alguns produtos como *cards* e bandeiras eram encartados para o leitor. O projeto gráfico foi produzido por um designer norte-americano chamado Roger Black, que denotou a brasilidade no logotipo, trazendo a bandeira do país com o nome da *Placar* no lugar de ordem e progresso. A revista, pela primeira vez, passava a ter uma assinatura e foi lançada no mercado publicitário acompanhada de uma campanha de *marketing*, o que resultou em custos altos para a editora Abril.

A versão *Futebol, Sexo e Rock& Roll* era mais cara, continha 124 páginas, mais 32 contemplando o *Tabelão*, quatro com o *Placar Urgente* destinado a denúncias. O visual da revista conquistou o Prêmio Esso na categoria criação gráfica, através da edição 1.116 de 1996, que trazia o título “Onde vocês vão?”, e uma matéria de sete páginas concebidas por Renata Zincone e Lenora de Barros – esta última era artista plástica e poetisa, tornando-se diretora de arte.

O modelo *Futebol, Sexo e Rock& Roll* foi uma fase marcada pela demissão de José Carlos Kfoury (Juca Kfoury). Sua saída teve relação com seu jornalismo combativo, estilo que ia contra interesses políticos dos gestores da revista na época. Dessa forma, Marcelo Duarte assumiu a direção da redação; Alfredo Ogawa passou a ser redator-chefe; e Ricardo Corrêa tornou-se editor de fotografia. Vale destacar que Ricardo Corrêa atuava na *Placar*, auxiliando outros fotógrafos, como Nelson Coelho e Lemyr Martins. Com o tempo, foi obtendo reconhecimento por suas fotografias de revistas, ganhou o Prêmio Esso de Jornalismo na edição sobre os “50 anos de Pelé” e tornou-se editor de fotografia. Além disso, ele atuava no setor de revistas masculinas da Editora Abril como a *Playboy*.

Na equipe desta fase, participou Luiz Estevam Pereira, Milton Abrucio Jr. e Sérgio Xavier Filho, como editores sêniores, Isney Savoy como editor especial; como repórteres

especiais Luísa de Oliveira e Sérgio Ruiz Luz. No Rio de Janeiro, os repórteres atuantes eram Amauri Barnabé Segalla e Sérgio Garcia; e o repórter fotográfico era Pisco Del Gaiso¹⁵.

A primeira edição neste modelo *Futebol, Sexo e Rock & Roll* vendeu 240 mil exemplares. A capa desta edição contemplou o jogador Edmundo abraçado a um ursinho, com o título “O Animal precisa de carinho”, devido à sua fama estourada em campo, a revista tentou demonstrar que o jogador também tinha um lado mais sensível. Além disso, na capa havia outras chamadas indicando as principais matérias sobre futebol “O futebol na terra dos Dinossauros”; sobre sexo “A primeira transa dos craques”; e sobre *Rock & Roll* “Mulheres, carros, rock and gols: Ronaldo se diverte na Holanda”. Esses três elementos começam a ser as bases editoriais para as produções das matérias em todas as edições desse projeto.

Saldanha (2009) ressalta que, nesse período, as páginas da revista deram lugar a temas sobre o futebol, mas incorporaram também fotografias sensuais, moda, questões sobre comportamentos sexuais, músicas estrangeiras e traduções. Substituíram as fotos de futebolistas em ação com expressões de dor, tensão e suor, por imagens de jogadores caracterizados como modelos fotográficos. A revista passou a ter como foco principal a criação e a inovação como fotomontagens, trazendo nas capas os craques caracterizados e fantasiados.

Outros universos passaram a servir de inspiração. O meio artístico e o cinema foram um deles. Milene Domingues, por exemplo, modelo que namorou e se casou com o jogador Ronaldo, mãe do primeiro filho dele, Ronald, vestiu a roupa de Batgirl (CHIARIONI; KROEHN, 2010, p. 352).

Os ensaios fotográficos passaram a ser importantes nesse contexto, necessitando de uma equipe grande, de viagens nacionais e internacionais. Dessa forma, todos esses aspectos tornaram a revista muito cara. Em 1995, a *Placar* deixou de ser comprada somente em bancas de jornal e os leitores passam a adquiri-la por assinatura. Em seis meses, a *Placar* adquiriu 110 mil assinaturas, além de 70 mil leitores que compravam através das bancas de jornal pelo Brasil¹⁶. Entretanto, o efeito dessa alta vendagem não era positivo, pois a revista gastava muito com os excessos na produção de materiais sofisticados como a versão *Futebol, Sexo e Rock & Roll* tinha se tornado; ou seja, o lucro era pequeno diante de todo o investimento que se realizava. Diante disso, em janeiro de 1996, o tamanho original da revista no modelo

¹⁵ De todos esses integrantes, Sérgio Xavier Filho teve maior atuação nas publicações de *Placar*, deixando a revista apenas em 2015, no cargo de diretor (UNZELTE, 2015).

¹⁶ Esses números foram levantados pelo Marcelo Duarte, mas não confirmados pela direção da Abril (CHIARIONI, KROEHN, 2010, p. 356).

Futebol, Sexo e Rock& Roll foi modificado para convencionais 22,6 por 29,9 centímetros e, na edição 1.132, de outubro de 1997, não foi estampado com o logotipo *Sexo e Rock & Roll*, voltando a trazer somente matérias futebolísticas.

Junto com o encerramento desta política editorial, adveio uma luta pela sobrevivência, que se caracteriza até a atualidade. Juca Kfoury relatou que a *Placar* sempre priorizou sobreviver e, geralmente, apostava na estratégia de publicar textos que cobrissem o desempenho da seleção brasileira de futebol masculino nos campeonatos mundiais.

Em 1998, para a Copa disputada na França, “Marcelo Duarte conseguiu montar uma redação com parte da equipe em solo francês” (UNZELTE, 2015, p.189). Em 1994, a revista trouxe as fotos digitais como novidade e, em 1998, foram as edições montadas na França e enviadas diretamente para a gráfica brasileira, fazendo com que as matérias fossem publicadas mais rapidamente. No entanto, com a derrota da seleção brasileira contra a França (3 x 0), a *Placar* lançou uma edição dos melhores momentos do campeonato, intitulada “Adeus penta”, numa capa que contemplava o jogador Dunga entristecido e de cabeça baixa. A derrota da seleção brasileira, acompanhada dos altos gastos da *Placar* nessa época, não trouxe retorno à editora Abril, e Marcelo Duarte foi retirado da direção.

Diante desse contexto, a revista encontrava-se em um momento bastante tênue, pois estava diante de um grande prejuízo orçamentário, devido aos altos gastos com *marketing* e baixas arrecadações. Além disso, a derrota da seleção brasileira enfraqueceu o projeto *Futebol, Sexo e Rock & Roll*”, trazendo o levantamento de uma série de questionamentos pela editora Abril. Assim, fez-se necessário rever as ações corretas e incorretas e realizar algumas modificações administrativas.

Matinas Suzuki Junior substituiu Marcelo Duarte e ficou como diretor de redação no período de setembro de 1998 a novembro de 1999. Suzuki tinha uma larga experiência em gerenciamento jornalístico, havia desempenhado esse trabalho no *J. Folha de S. Paulo*. Desta forma, Matinas ficou responsável pela reestruturação da revista com auxílio de Alfredo Ogawa e Sérgio Xavier Filho. Este último relata que foi nessa época que, “[...] pela primeira vez, *Placar* começou a ter o que ele, jornalista econômico de origem, chama de ‘equilíbrio fiscal’” (UNZELTE, 2015, p. 192).

A revista passou a cobrir os principais clubes, colunistas como Tostão e Falcão foram cortados, havendo, também, a troca de função entre Alfredo Ogawa e Sérgio Xavier Filho. Essa mudança ocorreu porque a *internet* começava a se tornar uma realidade no país e Matinas acreditava que esta era um elemento fundamental para auxiliar na reestruturação de

Placar. Diante disso, Alfredo deixou seu cargo de editor-chefe para cuidar do *site* da revista e Sérgio assumiu tal função. A *Placar* nesse período transitório passou por uma modificação gráfica e editorial, pois ela voltou a ser essencialmente futebolística e os ensaios fotográficos começaram a diminuir paulatinamente.

Em 1999, Leão Serva, convidado por Matinas, assumiu a direção da *Placar*. Serva acreditava que o ideal era voltar a ser semanal e dar continuidade às edições especiais mensais. A semanal seria uma revista de baixa qualidade, feita de papel-jornal, o que a tornaria mais barata. Seu conteúdo seria exclusivamente futebolístico, com foco nos jogos durante a semana. Já as revistas especiais, publicadas mensalmente, fariam sobre os perfis dos jogadores, trariam grandes reportagens e ensaios fotográficos, sendo uma revista de perspectiva mais analítica. Esse plano editorial foi permitido pela Abril no final de 1999, em um contexto de inúmeras dificuldades, dentre eles, “[...] Um corte de gastos assolou a Abril por completo. A editora somava uma dívida milionária em dólares. E a ordem era clara: reduzir ao máximo os custos e investimentos” (CHIARIONI, KROEHN, 2010, p. 377).

Leão Serva não administrou nem a primeira revista semanal, pois, após realizar esses ajustes na revista, no final de 1999, ele e Matinas começaram a trabalhar diretamente com a mídia de *internet*. O repórter André Rizek e André Fontenelle, que trabalhavam no diário *Lance!*, foram contratados para elaborar a *Placar* semanal, mas, devido à saída de Serva, o projeto não se iniciou. Dessa forma, Sérgio Xavier Filho assumiu o cargo de diretor de redação e André Fontenelle tornou-se redator-chefe.

No ano 2000, passaram a fazer parte da equipe da revista, algumas figuras relevantes para o processo de sobrevivência da *Placar*, como Arnaldo Ribeiro e Paulo Nogueira, que compreendiam a importância de investir em uma boa base administrativa. Nogueira chegou a ser diretor superintendente do setor de revistas masculinas da editora Abril.

Em março de 2001, a *Placar* passou a ser semanal e Paulo Nogueira resgatou o logotipo do formato *Futebol, Sexo e Rock & Roll* para utilizá-lo nas publicações de pôsteres e edições especiais. A revista passou a ser publicada nas quartas-feiras, após os jogos do meio da semana, chegando às bancas de São Paulo nas sextas-feiras. Além disso, com intuito de economizar, a *Placar* era entregue junto com outros periódicos da editora Abril. Esses dois fatores impediam a revista de circular nas segundas-feiras, resultando no encerramento das publicações do *Tabelão*, pois não era possível manter atualizadas as rodadas de finais de semana, as quais passaram a ocorrer com frequência.

No ano de 2002, quando ocorreu a Copa do Mundo no Japão e, mesmo diante das expectativas da redação que sempre existiu em anos de Mundiais masculinos, a notícia mencionada pela direção da editora Abril foi que a *Placar* finalizaria as publicações semanais da revista. Pois, nesse período, o semanário vendeu em média 63 mil exemplares, com o preço de R\$ 1,99 a R\$ 2,50 nas bancas. Tal desfecho fez com que toda a equipe da *Placar* fosse inserida em outras redações do grupo Abril, com exceção de Sérgio Xavier e Arnaldo Ribeiro, os quais permaneceram na redação para continuar produzindo as edições especiais.

A decisão de Maurizio Mauro, presidente executivo da editora, em encerrar a versão semanal e permanecer com a especial, ocorreu devido à contenção de gastos, a qual se fez necessária diante da crise econômica por que a editora passava desde 2000. Vale destacar que outros grandes grupos de comunicação brasileiros também estavam passando por essas dificuldades, por conta da desvalorização do real no governo Fernando Henrique Cardoso.

A *Placar*, produzida pela pequena equipe e por colaboradores sem vínculo empregatício eram parecidas com as edições temáticas e mensais, elaboradas de 1991 a 1995. As revistas foram publicadas nessa época sem periodicidade definida e, somente em maio de 2003, retornou às bancas com periodicidade mensal que se mantém até os dias atuais.

A versão especial continuou sob responsabilidade do setor de revistas masculinas dirigido por Paulo Nogueira. Sendo assim, a *Placar* cobriu através das edições especiais a conquista do pentacampeonato da seleção brasileira de futebol masculino e a conquista desse Mundial em 2002 que, somado aos subprodutos como DVD dos jogos, reergueu o periódico. Foram produzidos mais de 50 especiais durante o ano, permitindo que as contas da revista reequilibrassem novamente. Vale lembrar que os jornalistas perceberam que as dificuldades em dar continuidade não advinham somente de fatores externos, mas também de uma resistência interna, pois o periódico não era a prioridade da editora Abril.

A revista mensal voltou às bancas, sem assinaturas, com intuito de fortalecer a denominação *Placar* como uma marca futebolística. Para tanto, começou a seguir um modelo multimídia, trabalhando com diversos produtos especiais, dentre eles os pôsteres, que davam um excelente retorno financeiro. A revista conquistou autonomia para agir novamente em 2003, voltando a se desenvolver. Em 2004, ocorreu a criação do camarote *Placar*, localizado dentro no estádio Morumbi (São Paulo) e, posteriormente, no Maracanã (Rio de Janeiro).

Entre todas essas ideias para tornar *Placar* uma marca, surge também um novo produto: o jornal *Placar*, que desencadeou uma nova dinâmica de distribuições, bem como a

utilização de um papel menos nobre para sua produção, se comparado a uma revista. Esse jornal era gratuito e circulava somente em dias úteis, tendo sido publicadas 22 edições no período de novembro a dezembro de 2008.

Em setembro de 2008, a *Placar* efetivou a ideia de que o jornal seria entregue por um veículo de distribuição gratuito de São Paulo, o *Destak*, o qual aceitou realizar a tarefa, tendo em vista que obteria capital simbólico, na medida em que divulgava um meio de comunicação esportivo como tal. Nos dois primeiros meses, para perceber a receptividade do público, a periodicidade foi semanal e, em outubro, foram entregues 80 mil exemplares, apontando positivamente para o caminho de construção de um jornal.

Em 2009, o intento de periodicidade diária não obteve sucesso, pois gerou um novo desequilíbrio nas contas da revista. Dessa forma, passou a ser publicada nas segundas-feiras, junto com os resultados das rodadas de finais de semana, e nas sextas-feiras com alguns aspectos da preparação dos atletas. A cobertura da Copa do Mundo de 2010, sediada pela África do Sul, foi realizada, apenas, através do jornal *Placar*, para tanto sua periodicidade foi diária, incluindo os finais de semana. A partir dessa Copa, o jornal passou a custar o valor de um real e sua última edição foi publicada em dezembro de 2010.

O planejamento que visava conquistar novos públicos, tornando a *Placar* uma marca, era possível através da estratégia sempre utilizada pela revista: publicar textos polêmicos, os quais repercutiriam em outros veículos jornalísticos. Chiarioni e Kroehn (2010) retrataram duas matérias que contribuíram para este efeito. A primeira é a edição de novembro de 2005, que contemplou uma investigação minuciosa sobre um esquema de manipulação dos resultados do Campeonato Brasileiro daquele mesmo ano. E a segunda matéria foi a edição de setembro de 2007, na qual a *Placar* desvendou o mistério sobre o desaparecimento de Walter Casagrande Junior, após um acidente de carro em São Paulo, no qual ele foi internado e posteriormente não foi mais visto. A revista descobriu que o ex-jogador/comentarista da Rede Globo estava internado em uma clínica de reabilitação para dependentes químicos. Esta publicação ganhou o Prêmio Abril de Jornalismo.

Aqui, vale destacar algumas análises críticas presentes na literatura sobre a *Placar*, evidenciando, como Marczal (2011, p. 91), que no início da revista sua característica textual era de cunho informativo. No entanto, o autor compreende que:

A redação se aproximava da escrita literária, no modelo crônica, com a incorporação da opinião e da análise dos autores à narrativa. Também utilizava de modo mais contundente as imagens na composição das matérias. Embora a formatação gráfica

da revista se utilizasse bastante da coloração em ilustrações, páginas e letras, o semanário ainda continha poucas fotos coloridas.

Para Rocco Jr. e Belmonte (2014), a revista *Placar* em seus primeiros 20 anos se popularizou, publicando textos de cunho investigativo sobre o futebol, com denúncias bem fundamentadas e de interesse do público. No entanto, a partir de 1990, as pautas passaram a ter um caráter festivo, voltadas ao entretenimento.

Em contrapartida, Unzelte (2015) mostra que a revista, gradativamente, se afastou da informação para se aproximar do entretenimento, porém, o autor compreende que essa mudança, do ponto de vista editorial, ocorreu de fato em 1995, fase de *Placar Futebol Sexo e Rock & Roll*. Os autores Rocco Jr. e Belmonte (2014), através de uma análise histórica da trajetória da revista demonstram alguns pontos responsáveis pelas diversas modificações ocorridas no periódico, incluindo essa transição de um jornalismo investigativo para o entretenimento.

O desenvolvimento tecnológico é citado por Rocco Jr. e Belmonte (2014) como central nas mudanças da cobertura jornalística da *Placar*. Pois, a chegada da televisão a grande parte da população impulsiona as transmissões esportivas, especialmente, quando surgem as transmissões via satélite, que solucionam as dificuldades técnicas que existiam até aquele momento.

Esses avanços difundiram o futebol nas relações capitalistas, envolvendo patrocínios de empresas privadas, as quais estampavam suas marcas em uniformes de times de futebol, que pertencem a clubes e acabam por tornar o jogo em uma mercadoria. Dessa forma, os autores, compreendem que tanto o futebol, quanto a revista se moldaram conforme a lógica da sociedade brasileira.

Dessa forma, com a presença cada vez mais constante da iniciativa privada no esporte, inclusive na gestão de clubes de futebol, [...] e com a presença cada vez maior de jogadores brasileiros no exterior, o futebol do país tornou-se um produto, com consumidores em todo o mercado mundial (ROCCO JR; BELMONTE, 2014, p.13).

Essas modificações no subcampo futebolístico fizeram emergir uma lógica de mercado, a qual interfere na estrutura e na comunicação acerca desta modalidade. “A aproximação do futebol, no Brasil, com o mercado seria impossível sem o crescimento da participação das empresas de comunicação no esporte” (ROCCO JR; BELMONTE, 2014, p.13).

Para Saldanha (2009, p. 285), a *Placar* elege o padrão europeu “[...] como modelo de organização, profissionalismo e modernidade”. Nesse parâmetro de modernização do futebol, a importância de um jogo ou campeonato está envolvida em aspectos econômicos e, em detrimento, ficam as questões culturais do futebol, como o torcer pelo time. A rivalidade entre os clubes, que antes eram valorizados, deu espaço às regras de mercado e a uma administração rentável.

Saldanha (2009) compreende, ainda, que a gestão moderna interiorizada pela *Placar*, na década de 1990, entendia o esporte como negócio, visando lucrar de forma direta ou indireta. Vale destacar que para os autores, nos anos de 1990, momento em que a revista buscava um novo público, ela passa a se referir aos torcedores utilizando termos como consumidor e clientes, sugerindo, desta forma, uma relação comercial com eles. Nesse contexto, a *Placar* passou a dar destaque ao espetáculo e a incentivar o surgimento de arenas modernas, as quais poderiam ser espaços de lazer frequentados, tanto em momentos de jogos como depois deles. O futebol passou a ser um produto vendido para o torcedor moderno e consumidor individualizado, podendo assistir até mesmo a um jogo do time adversário, pois o torcedor passa a ser vazio de coletividade em suas ações de torcer, resumindo-se no ato de consumir o espetáculo denominado futebol moderno. Sendo assim, os autores constataam que o ideário construído pelo periódico, sobre o futebol moderno, estava vinculado a qualquer transformação com propósitos lucrativos.

Outro aspecto evidenciado por análises sobre as características do jornalismo da *Placar* é que a intensificação da concorrência entre os veículos de comunicação, na década de 1990, desencadeou uma modificação nos critérios de noticiabilidade no jornalismo, passando a privilegiar temas pessoais de interesse do público, em detrimento de temáticas com relevância social. Esse aspecto sempre foi adotado pelas revistas da editora Abril, inclusive pela *Placar*. Assim, o jornalismo esportivo reforçava o foco no entretenimento oferecido a um público específico. Segundo Rocco Jr. e Belmonte (2014), as questões mercadológicas auxiliam na compreensão do processo jornalístico, pois, toda a trajetória de modificações da *Placar* desencadeou um espaço à notícia superficial e ao entretenimento, devido a uma busca constante pela audiência.

Na década de 1990, especialmente no período do modelo *Futebol, Sexo e Rock & Roll*, cujo objetivo era produzir um produto voltado para a música e a sexualidade, a revista seguia uma perspectiva de entretenimento, a qual foi defendida por Thomaz Souto Corrêa – vice-presidente e diretor editorial da Abril. Os autores ressaltam que esse fato gerou alguns

embates com a direção da *Placar*, pois o foco sempre foi produzir publicações mais investigativas.

Esse modelo que visava ao entretenimento trouxe problemas, pois os leitores reclamavam pelo fato de a revista não abordar somente conteúdos futebolísticos como anteriormente. Por outro lado, alguns jornalistas que passaram pela direção da *Placar*, relataram que os problemas administrativos desse formato foram enormes. Sérgio Xavier Filho, diretor de redação desde o início de 2000 até 2015, entende que “[...] A revista era politizada, adulta, e passou a ser uma revista adolescente. [...] Eu acho que o fracasso desse projeto não foi editorial. Foi um fracasso gerencial, administrativo e econômico” (CHIARIONI; KROEHN, 2010, p. 359).

Já o jornalista Leão Serva, que dirigiu a revista por um curto período de nove meses – de fevereiro a novembro de 1999 –, salienta que o insucesso dessa fase tem uma explicação mercadológica.

Na administração de publicações, o público que já consome o produto não pode ser dispensado quando se quer fazer uma mudança. Se uma revista vende 30 mil exemplares, por exemplo, são 30 mil pessoas com suas famílias consumidoras. Não se pode mudar completamente. É como se essas pessoas não valessem nada. [...] Em revista, principalmente, é necessário que a história e a memória dela estejam vivas na cabeça dos leitores. Além disso, existe uma máxima nos Estados Unidos que move o perfil do leitor americano: esporte, carro e mulher. Existe um mercado econômico para esse perfil. São os homens que consomem revistas de esporte, revistas de carros e revistas com mulheres. Esse padrão é dos Estados Unidos, onde o mercado editorial é muito rico e faz com que se compre uma revista de cada. [...] A editora Abril estava com um ar megalomaniaco, uma contaminação da própria Abril. Afinal, ela tinha uma revista de carros, uma revista de esportes e uma revista de mulher. E ela resolveu lançar uma revista com todo esse perfil. [...] Ela não conseguia competir com revistas de mulheres como a *VIP* e a *Playboy*. Como a revista de música, você já tinha a extinta *ShowBizz* (nome da antiga *Bizz*, durante os anos 1995 a 2000). Então eu acho que houve um diagnóstico errado quanto à potencialidade desse público (CHIARIONI, KROEHN, 2010, p. 360).

Com o retorno da *Placar* semanal, no ano 2000, foi necessário pensar numa maneira de conquistar novos públicos, algo bastante desafiador para a equipe, em uma época de efervescência da *internet* e das transmissões televisivas, que começaram a ser muito atraentes e acessíveis. Vale destacar que o desenvolvimento da tecnologia foi um elemento que trouxe o aumento expressivo de publicações sobre o esporte, especificamente o futebol, nos veículos de comunicação. Portanto, tornou-se impensada a circulação de uma revista semanal de informações, modificando, assim, sua periodicidade para mensal, pautando a informação

esportiva com textos críticos para o entretenimento e o espetáculo (ROCCO, BELMONTE, 2014).

Os anos finais da administração de Sérgio Xavier Filho foram marcados pela busca constante pela sobrevivência da revista. Desde 2003, esta vinha sendo apenas editada, sem trazer novos projetos, e a edição número 1.403, de junho de 2015, foi a última lançada com o selo da editora Abril, trazendo Sérgio Xavier como diretor. “No dia 2 daquele mesmo mês, a Editora Abril anunciou a venda de mais sete revistas para a Editora Caras, além das dez que já havia vendido onze meses antes. Entre elas, estava *Placar*” (UNZELTE, 2015, p. 201).

Dessa forma, como aponta Saldanha (2009), percebe-se que nesses 45 anos de existência da *Placar*, esta passou por modificações no enfoque editorial. Emergiu em 1970 publicando apenas sobre futebol masculino e, posteriormente, sobre todos os esportes. No entanto, diante das suas oscilações econômicas, com risco de fechar, a revista passou a enfocar a sexualidade dos atletas, junto a informações sobre futebol. Após perpassar por diferentes abordagens, modificando também sua periodicidade, passando de semanal para mensal, o periódico sobreviveu. Segundo Scalzo (2003), um dos fatores de a *Placar* ter se mantido por tanto tempo é a relação passional que ela criou com seu leitor, sobretudo por meio do tema futebol, modalidade que faz parte do cotidiano de milhares de brasileiros e carrega consigo grande carga emocional. Além disso, passaram por sua história, jornalistas com alto capital simbólico no campo jornalístico como Juca Kfoury, Celso Unzelte, Marcelo Rezende, entre outros. A *Placar* permanece publicando sobre futebol com periodicidade mensal, em seu formato impresso continuou circulando nas bancas de jornal e sendo adquirida por assinatura, além disso, possui o acesso por assinatura em meio digital.

As reformulações no formato e na abordagem da *Placar*, também foram constantes. Neste estudo, vale destacar as formas com que a revista abordou o futebol feminino, no sentido de caracterizar esse universo para melhor compreendê-lo, e discutir a seleção brasileira de futebol feminina, que é o recorte desta pesquisa.

Segundo Salvini e Marchi Junior (2016), as primeiras abordagens da revista sobre o futebol feminino demonstraram os efeitos do Decreto-Lei 3.199, que proibiu a prática futebolística para as mulheres. A autora demonstra que, mesmo diante de campeonatos estaduais e regionais, para a *Placar*, a revogação do Decreto ocorreu somente em 1981, ao contrário dos documentos oficiais que comprovam que foi em 1979.

O futebol feminino surge na revista de forma paulatina. No início de 1980, a *Placar* passou a trazer o tópico “Mulher tem Vez”, publicado na coluna denominada *Camisa 12* e, na

edição número 540, relatou sobre os times que participariam de um campeonato promovido pela igreja Mórmon. Apresentou a visão de uma leitora:

Aqui no Brasil ainda acham que lugar de mulher é na casa cuidando dos filhos. Mas estamos em 1980! Não acham que está na hora de se montar um campeonato feminino? Sugiro, portanto, que **Placar** faça uma campanha em defesa do futebol feminino, mostrando que a mulher sabe gingar com o pé na bola (PLACAR, 5 set. 1980, p.66, grifo do autor).

Nessa mesma coluna, a *Placar* publicou outros relatos de leitoras reivindicando a atuação da revista em incentivos na participação da mulher no esporte e no futebol, bem como na promoção de campeonatos femininos. Salvini e Marchi Junior (2016) compreendem que o periódico responde a essas reivindicações construindo uma enquete em setembro de 1981, na edição 593, perguntando ao leitor “Você é a favor do futebol feminino?”; “Você chegaria mais cedo ao estádio só para ver uma preliminar entre dois times de mulheres?”. Acompanhada desta publicação, havia um texto tratando do time de futebol denominado Soccer Sex Stars, composto por atrizes de novela, ressaltando suas características físicas. Como o destaque da publicação demonstra, “[...] Com calções justos e camisetas decotadas, ganham fãs também nos estádios” (PLACAR, 25 set. de 1981, p.67).

Vale lembrar que, na definição de gênero proposta por Scott (1990), há o destaque sobre a cultura construída por meio de símbolos, os quais evocam representações sobre as mulheres na sociedade ocidental. As características de beleza e sensualidade são marcas “pertencentes” ao corpo da mulher, isto é, foram naturalizadas ao sexo feminino e percebidas como um fenômeno cultural. No entanto, essas marcas do corpo foram construídas com base em uma cultura patriarcal. Dessa forma, a *Placar* reproduz (consciente ou inconscientemente) os significados culturais, onde a beleza e a sensualidade dessas mulheres são evocadas em um contexto jornalístico, que faz parte do setor de revistas da editora Abril publicadas, sobretudo, para o público masculino.

Em 2 de setembro 1981, a *Placar* publicou na seção *Camisa 12*, a resposta de uma leitora sobre a enquete supracitada, a qual enfatizava a heterossexualidade e a feminilidade de jogadoras de futebol: “Quem diz que a mulher que joga futebol é homossexual está super enganado, pois nós somos tão mulheres como as que não praticam” (PLACAR, 2 out. de 1981, p. 82).

Posteriormente, a revista passou a focar o desempenho de alguns times como Internacional, São Paulo, Atlético Mineiro, destacando as atletas do Esporte Clube Radar.

Salvini e Marchi Junior (2016) compreendem que essas publicações buscavam fazer alusões ao recente mercado de produtos esportivos comercializados ao público feminino, e que as mulheres apresentadas nessas matérias eram escolhidas mais pelos aspectos de beleza física do que pela habilidade futebolística. Assim, os autores percebem, por meio da política editorial da revista, uma necessidade em construir a dicotomia entre os gêneros, na medida em que as publicações reforçavam os aspectos de feminilidade normativa. Isso se evidenciava em publicações com jogadoras trajando roupas curtas/sensuais e em textos contendo os cuidados das atletas com a aparência física.

Em 1988, isso se intensifica. Os aspectos de beleza ligados às jogadoras de futebol passam a ser apresentados por meio de publicações sobre um time de futebol denominado Globetes.

De modo resumido, marcaram essa década a permissão legal da prática, com a revogação do Decreto-Lei 3.199, o surgimento e a campanha díspar (se comparada com as outras equipes da época) do Esporte Clube Radar, que com sua senda de vitórias estimulou a formação de novos times em todo o país. [...] Lado a lado as demonstrações de técnica e habilidade das mulheres com a bola nos pés, destacamos que a veiculação de informações na revista *Placar* nessa década apresentou o futebol das mulheres sempre associado ao “ser feminino” enquanto construção social de gênero pautado na sexualidade normativa (SALVINI; JUNIOR, 2016, p. 104).

As publicações com esse viés corroboravam com a desconstrução da imagem das atletas associada à homossexualidade. Pois, por muito tempo, o futebol foi entendido como uma prática negativa às mulheres, já que deslegitimava o que significava “ser mulher” no decorrer do século XX (SALVINI, JUNIOR, 2016).

Essa abordagem dicotômica da *Placar* sobre o futebol feminino pode ser vislumbrada em um texto publicado na edição de 03 de junho de 1988. O texto publicado trazia fotos das primeiras jogadoras que integraram a seleção brasileira de futebol feminino, apresentando os desafios que a equipe enfrentaria no país para sua consolidação. Foram detalhados as características das atletas, seus clubes e as posições em que jogavam. Por meio dessa publicação, pode-se verificar que a maioria das atletas que jogaram na primeira seleção brasileira de futebol feminino, eram atletas do Esporte Clube Radar.

Figura 2 - Placar, 03 de junho de 1988.



No entanto, o texto também apresentou aspectos associados a características de gênero das atletas.

A meio-campo Marcinha, por exemplo, não se esquece de cuidar do visual em meio à maratona de treinos. Ex-gerente de um salão de beleza, em São Paulo, ela nunca dispensa os brincos. “Eu me sinto bem com eles”, conta. “E assim as pessoas vêem que não somos sapatões”. Brincos à parte, será mesmo um bom par das tradicionais chuteiras que elas colocarão para acertar o pé do Brasil na China (PLACAR, 03 jun. 1988, p. 46).

A década de 1990 foi marcada pela inserção da seleção brasileira na Copa do Mundo e nos Jogos Olímpicos. Dessa forma, as publicações da *Placar* realizaram, em certa medida, a cobertura dessas competições. A dicotomia nos textos entre a habilidade futebolística e a beleza física das jogadoras continua e se intensifica nesse período, quando as Globetes deixam de existir e dão espaço às modelos que compõem um time de futebol, passando para espetacularização do corpo dessas mulheres.

A “logística” dessa nova modalidade de futebol, o futebol de modelos, foi descrita na matéria “Adoráveis Pernas de Pau” (PLACAR, novembro de 1995, p.24). Os times são formados por modelos ex-capas da revista Playboy. Além da apresentação

em quadra a exibição das modelos inclui uma festa promovida por algum empresário local, essas duas “tarefas” (o jogo e a festa) tinham no ano de 1996 um custo médio de R\$ 15 mil para dois dias (SALVINI, JUNIOR, 2016, p. 106).

Para Salvini e Junior (2016), em 1995, período em que a revista assume o editorial *Futebol, Sexo e Rock & Roll*, as publicações sobre futebol feminino, por um lado, enfatizavam os atributos de beleza estética das jogadoras modelos; e, por outro, ressaltavam os aspectos técnicos e táticos daquelas atletas, que tinham o melhor desempenho futebolístico. Os autores relatam que o discurso da revista, ao tratar dessas questões, utilizavam um tom mais incisivo.

Em 2000, as publicações do periódico sobre futebol feminino permaneceram reforçando a feminilidade normativa das jogadoras, mas com outro viés, pois, as matérias passaram a trazer os discursos das atletas relacionados à superação de preconceitos referentes à sexualidade e à feminilidade.

Nesse período, as publicações também ressaltavam a falta de estrutura do futebol feminino no Brasil, pois, as atletas precisavam buscar apoio em clubes internacionais para dar continuidade nas suas carreiras. Assim, a revista abordava a importância de estruturar este subcampo de forma mais efetiva, com a necessidade de um processo de profissionalização da modalidade, organizações de campeonatos, levantamento de patrocínios, investimentos em eventos internacionais para obtenção de melhores resultados.

5 A SELEÇÃO BRASILEIRA DE FUTEBOL FEMININO NA REVISTA *PLACAR*

A revista *Placar* impressa, a qual foi selecionada para realização desse estudo, atualmente¹⁷ conta com 2.537.000 leitores e circulação líquida de 19.277 exemplares, sendo que a região sudeste possui maior circulação com 8.236; nordeste 4.743; sul 3.532; centro-oeste 1.611; norte 1.153; e exterior duas revistas. Dentre os consumidores da *Placar*, 90% são homens e 10 % mulheres. Além disso, entre as classes consumidoras estão a A 14,2%, a B 26%, a C 54,1% e a D/E 14,2%¹⁸.

Neste capítulo, pretende-se apresentar os resultados das matérias sobre a seleção brasileira de futebol feminino publicadas pela revista nos anos em que ocorreram o Mundial feminino e os Jogos Olímpicos, as duas principais competições para essa categoria. Essa apresentação visa demonstrar o número de matérias encontradas de acordo com os períodos verificados.

5.1 LEITURA QUANTITATIVA DAS PUBLICAÇÕES SOBRE A SELEÇÃO BRASILEIRA DE FUTEBOL FEMININO

A partir dos pressupostos metodológicos da Análise de Conteúdo, no momento da leitura dos documentos e de acordo como objetivo do estudo, emergiram três hipóteses, as quais podem ser confirmadas ou infirmadas na parte final da análise, com o aprofundamento do material empírico. Neste subtópico, pretende-se debater a primeira hipótese, na qual é possível inferir uma baixa frequência de publicações sobre a seleção brasileira de futebol feminino na revista *Placar*.

A *Placar* publicou 145 edições nos anos estabelecidos para análise (Mundiais Femininos e os Jogos Olímpicos), no entanto, foi possível obter acesso a 130 revistas. Entre elas, encontrou-se o total de 58 textos que cobriram a seleção brasileira de futebol feminino dispostas em 34 edições e duas chamadas de capa sobre a temática.

¹⁷ Não foi possível encontrar esses dados no ano de 2015, período que finaliza a pesquisa deste estudo. Desta forma, optou-se por descrever os encontrados em 2017. PUBLIABRIL. Disponível em: <<http://publiabril.abril.com.br/marcas/placar/plataformas/revista-impressa>>. Acesso em: 24 nov. 2017.

¹⁸ As classes econômicas são delimitadas com base na renda familiar, sendo que a classe A obtém mensalmente acima de R\$ 11.262; classe B o limite inferior de R\$ 8.641 ao limite superior de R\$11.261; classe C o limite inferior de R\$ 2.005 ao limite superior de R\$ 8.640; classe D o limite inferior de R\$ 1.255 ao limite superior de 2.004; e, por fim, classe E o limite inferior de R\$ 0,00 ao limite superior de R\$ 1.254. Disponível em: <<http://cps.fgv.br/qual-faixa-de-renda-familiar-das-classes>>. Acesso em: 26 de dez. 2017.

O futebol feminino foi institucionalizado pelo CND em 1980. Nesse período, surgiram muitos campeonatos e times, dentre eles o Esporte Clube Radar que obteve títulos nacionais e internacionais, como o Women's Cup of Spain em 1982. As conquistas estimularam o nascimento de outros times e, em 1988, originou-se a primeira seleção nacional que conquistou o terceiro lugar no Mundial da China (DARIDO, 2002). Segundo Gabriel (2015, p. 153), esse “[...] Torneio Internacional da China, designado extra oficialmente de I Torneio Mundial, devido à ausência da chancela da FIFA na sua organização”.

No início da década de 1990, o futebol feminino estagnou, campeonatos importantes deixaram de ser realizados e grandes equipes como o Radar entraram em decadência, encerrando suas atividades (DARIDO, 2002; GABRIEL, 2015).

Em 1991, a FIFA organizou a primeira Copa do Mundo de futebol feminino, realizada entre os dias 16 e 30 de novembro. A participação brasileira no campeonato foi decidida no I Sul-Americano realizado no Brasil em Maringá (PR), entre os dias 28 de abril e 5 de maio, conquistando a vaga exclusiva da Copa do Mundo destinada à América do Sul. Dessa forma, a seleção iniciou a fase preparatória em setembro de 1991.

A década de 1990 foi marcada pelas participações da seleção em competições como a Copa do Mundo e os Jogos Olímpicos, no entanto, os campeonatos estaduais e regionais diminuíram bastante. As atletas da seleção jogaram o Mundial em 1991 e foram eliminadas na primeira fase, classificando na nona colocação.

Nesse período, a *Placar* havia modificado sua periodicidade para edições mensais, dando espaço para a circulação da revista denominada *Ação* por um ano. Em 1991, a *Placar* elaborou uma publicação para cada mês, com viés temático. No entanto, embora tenham sido publicadas 12 edições, não foi encontrada nenhuma sobre a primeira participação da seleção brasileira de futebol feminino no Mundial.

A seleção brasileira ficou sem atuação em competições e treinamentos até 1994, quando novamente as jogadoras foram convocadas para se preparar para o II Sul-Americano realizado no Brasil em Uberlândia (MG), entre os dias 8 e 22 de janeiro de 1995. O Brasil tornou-se bicampeão e, mais uma vez, obteve a vaga exclusiva destinada à América do Sul para a Copa do Mundo que ocorreu na Suécia, entre os dias 5 e 18 de junho.

Vale destacar que, em 1995, o futebol feminino foi inserido como uma modalidade olímpica, portanto, as oito melhores seleções classificadas nessa Copa do Mundo conquistariam uma vaga nos Jogos Olímpicos de 1996. Novamente, a seleção brasileira obteve a nona colocação devido à eliminação na primeira fase, pois venceu a Suécia, mas

perdeu para o Japão e para a Alemanha. No entanto “[...] o Comitê Olímpico Internacional (COI), acabou classificando o Brasil devido o impedimento da Inglaterra, sétima colocada, em ser a equipe representante do Reino Unido em Atlanta-96” (GABRIEL, 2015, p. 156).

Em 1995, foram encontradas quatro publicações que mencionam a seleção brasileira de futebol feminino, dados que estão disponíveis na Tabela 1. Dentre elas, foram encontradas duas no mês de junho, sendo que primeira relatava sobre a jogadora da seleção brasileira Bel, evidenciando as características de gênero da atleta. A segunda retratava do percurso da atleta da seleção americana, por meio do futebol de várzea nos Estados Unidos, praticado em parques públicos como uma pelada de rua.

No mês de agosto, foi encontrada a terceira publicação que trouxe uma chamada na capa, no sumário e no texto, mostrando fotos sensuais de modelos, as quais representavam a seleção brasileira de futebol através de seus uniformes curtos. E a quarta publicação nesse mesmo mês demonstrava a baixa estrutura do futebol feminino no país, destacando as diferenças salariais entre a jogadora brasileira Michael Jackson e a norueguesa Linda Medalen.

Entre os dias 19 de julho e 04 de agosto de 1996, ocorreu a primeira atuação da seleção brasileira de futebol nos Jogos Olímpico sem Atlanta, nos EUA. Foram encontradas 14 publicações (Tabela 2) na revista *Placar*. No mês de fevereiro, período preparatório da equipe nacional, encontrou-se apenas um texto; e em julho, durante a realização do campeonato, dois. O Brasil chegou às semifinais para disputar a medalha de bronze, mas perdeu para a China e para a Noruega, ficando em quarto lugar. Após a finalização dos jogos, em setembro, foram publicados 11 textos.

Em março de 1998, a seleção foi tricampeã do III Campeonato Sul-Americano, ocorrido em Mar Del Plata na Argentina, conquistando a vaga para o Mundial que ocorreu entre os dias 19 de junho e 10 de julho de 1999 nos EUA. Nesse ano de Copa do Mundo, foi encontrada uma matéria (Tabela 1), disposta no mês de agosto, relatando o desempenho da equipe brasileira no campeonato e pouca importância dos dirigentes em relação ao futebol feminino no país. Vale destacar que a seleção chegou à semifinal e conquistou o terceiro lugar ao perder para os EUA e vencer a Noruega. Dessa forma, adquiriu a vaga para as Olimpíadas que ocorreriam em 2000, pois ficou entre as sete melhores equipes.

O time nacional feminino iniciou a preparação em março de 2000 e, concomitantemente, participou da Copa Ouro que ocorreu nos EUA, chegando à final, mas perdeu para os EUA e obteve o segundo lugar. Em seguida, entre os dias 13 e 30 de setembro,

a seleção embarcou para Sidney na Austrália, com intuito de disputar as Olimpíadas. O Brasil chegou à semifinal, mas perdeu para EUA, Noruega e Alemanha, obtendo o quarto lugar. Nesse período foram encontradas sete publicações (Tabela 2), dispostas no mês de maio (1), junho (1), julho (1), agosto (1), setembro (2) e outubro (1).

Vale destacar que, em 2003, a seleção brasileira conquistou pela quarta vez o Sul-Americano, que ocorreu no Peru nos dias 9 e 27 de abril. Assim, a equipe conquistou a vaga destinada para a América do Sul na participação no Mundial. A Copa do Mundo de 2003 ocorreu entre os dias 20 de setembro e 11 de outubro nos EUA, na qual a seleção foi eliminada nas quartas de final. Nesse ano de campeonato foram encontradas duas publicações (Tabela 1), sendo que uma é de outubro e outra de dezembro.

Desta feita, o Mundial não foi utilizado como classificatório para os Jogos Olímpicos de 2004. A vaga nas Olimpíadas de 2004 foi determinada pela COMENBOL, que cancelou a etapa anterior aos Jogos, a qual ocorreu em Atenas entre os dias 11 e 29 de agosto. Nesse campeonato, o Brasil chegou à final, mas perdeu para os EUA, ficando com a medalha de prata. Mesmo diante desse resultado, a revista *Placar* publicou um texto em outubro, que falava sobre a zagueira da seleção americana, Heather Mitts.

Em 2006, ocorreu o V Sul-Americano na Argentina em Mar Del Plata, onde a seleção ficou como vice, ao perder para a Argentina. As vagas para a Copa do Mundo e para os Jogos Olímpicos eram garantidas para o primeiro colocado no campeonato, no entanto, o vice assegurava somente a vaga para a Copa do Mundo. Sendo assim, a seleção estava desclassificada para as Olimpíadas, que ocorreriam no ano de 2008 em Pequim.

Destaca-se que no ano do Mundial, em julho de 2007, o Brasil sediou o PAN na cidade do Rio de Janeiro, e a seleção feminina conquistou o título pan-americano ao chegar à final e vencer os EUA de goleada (5x0). Em seguida, entre os dias 10 e 30 de setembro de 2007, ocorreu a Copa do Mundo na China, quando o Brasil ficou em segundo lugar ao perder para a Alemanha na final. Nesse ano em que ocorreram duas competições importantes, foram encontradas somente três publicações (Tabela 1) sobre a seleção feminina, sendo uma em julho, uma em setembro e outra em dezembro.

Para a seleção brasileira participar dos Jogos Olímpicos em 2008, foi necessário passar pela repescagem, jogando em abril contra Gana. Ao vencer (5x1) a partida, pode competir nas Olimpíadas de Pequim, que ocorreu entre os dias 8 e 24 de agosto. A seleção feminina chegou à final e perdeu para os EUA na prorrogação (1x0), conquistando a medalha de prata. Durante

o ano dos Jogos Olímpicos, a revista *Placar* publicou sete textos (Tabela 2): um em janeiro, dois em maio, dois no mês de agosto em edição especial e dois em outubro.

Embora se tenha analisado somente os anos de Mundiais e Olimpíadas, vale destacar que a seleção brasileira disputou, em novembro de 2010, o VI Sul-Americano, vencendo todos os times adversários e tornando-se pentacampeãs sul-americanas. Dessa forma, garantiu as vagas para participar da Copa do Mundo de 2011 e dos Jogos Olímpicos de 2012.

O Mundial ocorreu na Alemanha entre os dias 26 de junho e 17 de julho, e o Brasil teve um bom desempenho na primeira fase, vencendo equipes como Austrália (1x0), Noruega (3x0) e Guiné Equatorial (3x0); porém, no confronto com os EUA nas quartas de final, foram desclassificadas nos pênaltis (5x4). No ano dessa competição, foram encontradas três publicações realizadas pela revista nos meses de junho, julho e agosto. Ainda no ano de 2011, entre os dias 14 e 30 de outubro, ocorreu o PAN no México e as brasileiras perderam a final nos pênaltis para as canadenses (4x3), obtendo o segundo lugar na competição.

A seleção feminina participou dos Jogos Olímpicos de Londres, que aconteceu entre os dias 25 de julho e 9 de agosto, realizando uma das piores campanhas no campeonato, pois perdeu para o Japão (2x0) antes mesmo de chegar à semifinal. No ano de 2012, pode-se encontrar 10 textos sobre a seleção feminina publicados nos meses de julho e agosto, em edições especiais, produzidas para trazer informações específicas sobre as modalidades participantes dos Jogos Olímpicos de Londres.

Em 2014, o Brasil disputou o campeonato Sul-Americano, entre os dias 11 e 28 de setembro no Equador, e se classificou juntamente com a Colômbia para a disputa da Copa do Mundo em 2015. Dessa forma, a preparação da seleção começou em setembro de 2014, para o Mundial que ocorreu no Canadá entre os dias 6 de junho e 5 de julho de 2015. No entanto, vale lembrar que, em janeiro de 2015, foi constituído um projeto de seleção permanente para o futebol feminino, pagando salários às jogadoras e oferecendo instalações na Granja Comary para os treinos das atletas, as quais deveriam se dedicar diariamente. No Mundial em questão, quando a seleção feminina perdeu para a Austrália (1x0) nas oitavas de final, foi possível encontrar quatro textos publicados pela revista *Placar* sobre a equipe brasileira.

Tabela 1 - Número de textos publicados pela revista Placar sobre a seleção brasileira de futebol feminino nos Mundiais (1991-2015).

-	1991	1995	1999	2003	2007	2011	2015	-
Janeiro	0	0	0	0	0	0	0	-
Fevereiro	0	0	0	0	0	0	0	-
Março	0	0	0	0	0	0	0	-
Abril	0	0	0	0	0	0	0	-
Maio	0	0	0	0	0	0	0	-
Junho	0	2	0	0	1	1	0	-
Julho	0	0	0	0	0	1	1	-
Agosto	0	2	1	0	0	1	1	-
Setembro	0	0	0	0	1	0	0	-
Outubro	0	0	0	1	0	0	0	-
Novembro	0	0	0	0	0	0	2	-
Dezembro	0	0	0	1	1	0	0	-
Total	0	4	1	2	3	3	4	17

Fonte: A autora (2017).

Nos anos de realização de Copas do Mundo, foram encontrados 17 textos com diferentes temáticas, que fizeram menção a aspectos relacionados à seleção brasileira de futebol feminina.

Tabela 2 - Número de textos publicados pela revista Placar sobre a seleção brasileira de futebol feminino nos Jogos Olímpicos (1996-2012).

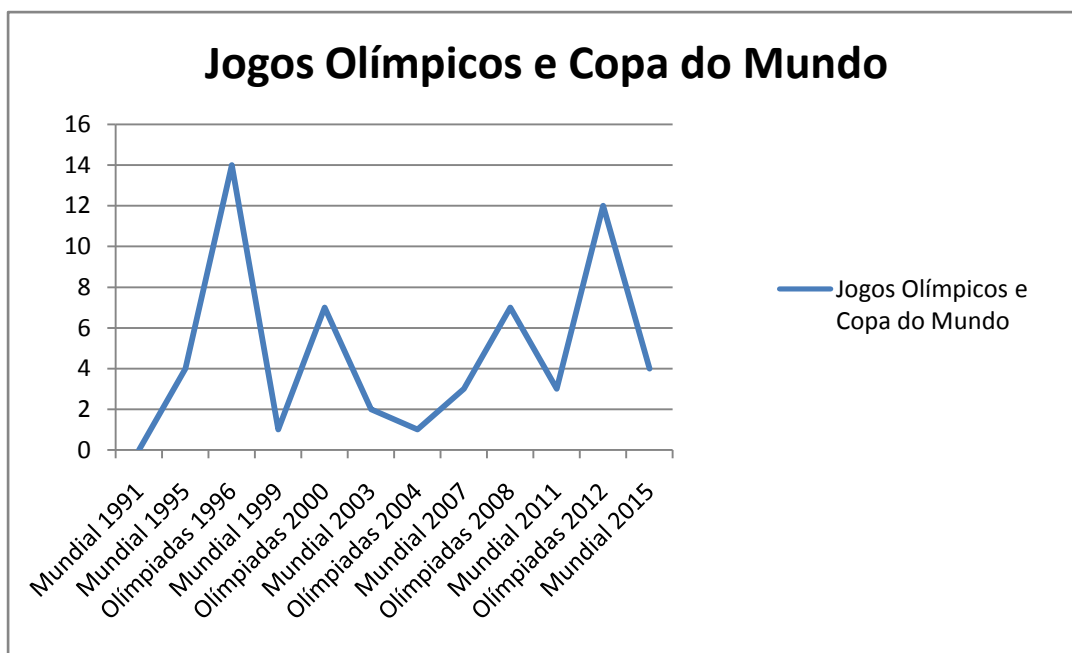
-	1996	2000	2004	2008	2012	-
Janeiro	0	0	0	1	0	-
Fevereiro	1	0	0	0	0	-
Março	0	0	0	0	0	-
Abril	0	0	0	0	0	-
Maio	0	1	0	2	0	-
Junho	0	1	0	0	0	-
Julho	2	1	0	0	Edição Especial/8	-
Agosto	0	1	0	Edição Especial/2	Edição Especial/4	-
Setembro	11	2	0	0	0	-
Outubro	0	1	1	2	0	-
Novembro	0	0	0	0	0	-
Dezembro	0	0	0	0	0	-
Total	14	7	1	7	12	41

Fonte: A autora (2017).

Nos anos dos Jogos Olímpicos, encontram-se 41 textos que fizeram menção a aspectos relacionados à seleção brasileira de futebol feminino.

Diante desse levantamento, pode-se evidenciar a baixa frequência de publicações realizadas pela revista *Placar*, sobre a seleção de futebol, conferindo pouca visibilidade à modalidade praticada pelas atletas brasileiras. Vale lembrar que os anos escolhidos para análise foram aqueles em que ocorreram os Mundiais e os Jogos Olímpicos, competições relevantes para o esporte, pois, por meio da pesquisa exploratória, verificou-se que as publicações encontradas estavam centralizadas nesses períodos de competições.

Gráfico 1 - Frequência de publicações realizadas pela revista Placar sobre a seleção brasileira de futebol feminina por ano. (1991 – 2015).



Fonte: A autora (2017).

Através desse gráfico pode-se verificar que, em períodos de Jogos Olímpicos, a revista publicou com maior frequência sobre a seleção brasileira de futebol feminino, em comparação aos períodos de Mundiais. Dessa forma, infere-se que a participação da mulher futebolista nas Olimpíadas tem maior relevância para a *Placar*. No entanto, de forma geral, a baixa frequência de publicações sobre a modalidade foi encontrada em todo período observado na pesquisa.

O debate sobre a invisibilidade do futebol feminino nos meios de comunicação tem sido recorrente na literatura sobre a temática. Mourão e Morel (2005) relatam que a mídia impressa no Brasil publicou sobre a modalidade desde a década de 1930. No entanto, são escassas as narrativas e, mesmo com certo aumento de publicações nos anos de 1970 e 1980, tal esporte ainda não encontrou um espaço significativo nos veículos esportivos. As autoras revelam que as matérias sobre o futebol feminino sofrem um “efeito sanfona”, pois, ganham visibilidade em determinado tempo e razão, mas posteriormente sofrem refração.

Gabriel (2015) compreende que a seleção brasileira de futebol feminino foi contemplada de forma sazonal na Folha de S. Paulo, entre 1990 e 2015. O autor demonstra que a maior frequência de publicações ocorreu em épocas de eventos como os Jogos Olímpicos e Copa do Mundo. Martins e Moraes (2007) salientam que a modalidade ganhou visibilidade nos meios de comunicação, devido à boa atuação da seleção nessas competições,

mas seria ingênuo dizer que o destaque da mídia conferido aos homens é o mesmo dado às mulheres. Neste estudo, compreende-se que não se pode comparar igualmente o universo feminino e o masculino, pois existem diferenças históricas e culturais que permearam a inserção de ambos no esporte. No entanto, essas diferenças não podem servir para justificar a desigualdade. Assim, é necessário discutir a invisibilidade dos meios de comunicação e a produção, reprodução e manutenção dessa desigualdade.

Diante do baixo número de publicações nos meios de comunicação sobre o futebol feminino na mídia nacional, Jorge (2015) levanta o questionamento de a modalidade não ser abordada por falta de interesse do público ou se esta falta de interesse resulta da baixa cobertura. Gabriel (2015) demonstra que os jornalistas buscam publicar matérias de relevância e de interesse do público leitor. Nesse sentido, um dos possíveis fatores associados ao baixo número de publicações sobre o futebol feminino é pela “[...] seleção feminina não desperta amplo interesse no grande público consumidor de futebol no país”. (BOSCHILIA; MEURER, 2006 apud GABRIEL, 2012, p. 101). No entanto, Martins e Moraes (2007, p. 78) questionam: “[...] como seria possível termos uma população ávida por futebol feminino se não há divulgação desta modalidade?”.

Moraes (2012, p. 161) aponta, ainda, que:

Desse modo, criou-se um círculo vicioso no qual a pouca divulgação do futebol feminino não despertava o interesse de patrocinadores em investir nos times, por conta do pouco retorno que haveria em relação ao investimento feito. Portanto, se a imprensa acreditava que não haveria público para assistir aos jogos, também não haveria interesse em investir em algo que não tem público e não gera renda? E, assim, vive o futebol feminino no Brasil: na invisibilidade que o caracteriza.

Segundo Almeida (2010), a invisibilidade do futebol feminino, presente em todos os meios de comunicação no Brasil, confirma a pouca importância da modalidade na sociedade e essa condição não se modifica mesmo havendo a presença de patrocínios, o apoio de instituições ou as conquistas nas principais competições.

Diante disso, compreende-se que existem questões culturais e históricas que influenciam na produção da notícia, as quais transcendem o aspecto econômico, apresentado como a razão da invisibilidade no futebol feminino. Pois, os jornalistas – agentes que compõem os textos e escolhem determinadas temáticas – são constituídos historicamente e culturalmente (SILVA, 2010). Nesse sentido, a teoria bourdieusiana direciona o olhar sobre o *habitus*, que orienta a forma de pensar, ver e agir de um indivíduo. Além disso, é importante

considerar a lógica do campo jornalístico, composto por diferentes agentes que possuem posições de acordo com seu capital.

Sendo assim, vale lembrar que a *Placar* sempre fez parte do setor de revistas masculinas da editora Abril, sendo este grande parte de seu público alvo (UNZELTE, 2015). Assim, compreende-se que o direcionamento de acordo com o gênero é um elemento que influencia na lógica da produção jornalística dessa revista.

A busca por lucros faz parte da lógica das empresas de notícias, no entanto, essa característica não pode se colocar em detrimento ao jornalismo com credibilidade, qualidade, ético e crítico (CHRISTOFOLETTI, 2015). Pois, segundo Silva (2010), o jornalismo é uma forma de conhecimento cultural que tem a função social de ensinar. Diante disso, é preciso questionar os discursos que justificam a permanência da invisibilidade sobre o futebol feminino nos meios de comunicação. Pois, a segregação social e política da mulher na sociedade ocorreram em diferentes tempos históricos e foram reproduzidas por variadas instâncias, como a família, a escola e a igreja, resultando na grande invisibilidade feminina em diversos espaços (CAMARGO; SILVA, 2011).

Segundo Bourdieu (2004), em uma análise deve-se considerar para além dos aspectos econômicos, as questões sociais e culturais. Tendo em vista, que esses pontos também orientaram as práticas e a dinâmica profissional dos jornalistas dispostos nos campos da sociedade, os quais possuem uma posição que dependerá do capital por eles acumulado. No entanto, o capital a que Bourdieu (2004) se refere não é somente financeiro, pois cada campo constitui-se de formas específicas de capital, podendo ser aquele que legitima o indivíduo por meio de determinada competência, proporcionando a ele autoridade para definir a regra e as regularidades do próprio campo. Como por exemplo, determinar as “[...] leis que fazem que seja ou não importante escrever sobre tal tema, que é brilhante ou ultrapassado, e o que é mais compensador publicar” (BOURDIEU, 2004, p. 27).

Dessa forma, Bourdieu (2004) entende que considerar os elementos culturais e sociais é fugir de uma leitura externalista, como fazem aqueles que relacionam o texto ao contexto, propondo-se a interpretar os objetos a partir do mundo econômico. Portanto, Bourdieu (2004) salienta que entre esses dois polos (texto e contexto) existe um universo intermediário denominado campo, o qual se deve considerar para perceber como se constitui o objeto de análise, percebendo as relações, as estratégias subjetivas e as posições dos agentes (BOURDIEU, 2004). Sendo assim, será realizada uma análise qualitativa, buscando observar os elementos presentes no conteúdo dos textos construídos pelos jornalistas da revista *Placar*.

5.2 LEITURA QUALITATIVA DAS PUBLICAÇÕES SOBRE A SELEÇÃO BRASILEIRA DE FUTEBOL FEMININO

A partir da Análise de Conteúdo, sobre a seleção brasileira de futebol feminino na *Placar*, foram encontrados 58 textos publicados, dentre eles, emergiram cinco categorias distintas: seleção (27 – 46,35%), jogadoras (20 – 34,48%), adversárias (8 – 13,79%), técnico (1 – 1,72%) e dirigentes (2 – 3,44%).¹⁹ A análise da dissertação está centrada nas duas principais classificações (jogadoras e seleção), as quais obtiveram, semanticamente, maior número de aparição nos textos publicados pela revista. Sendo assim, a discussão está centrada nessas duas categorias; já as outras, que aparecem em menor frequência, foram utilizadas quando necessário, para dar suporte a algumas interpretações.

Ressalta-se que nos anos verificados, *Placar* lançou 145 edições. No entanto, foi possível obter acesso efetivo a 130 periódicos, os quais trouxeram 58 textos sobre a seleção brasileira de futebol feminino, dispostos em 34 edições.

Neste subitem, serão debatidos os textos que subsidiam outras duas hipóteses emergidas. Primeiramente, infere-se que os textos publicados apontam para a associação das jogadoras da seleção a elementos ligados a questões de gênero, classe, raça e etnia. Posteriormente, os textos publicados a partir de 2003 enfatizam e conferem maior reconhecimento aos aspectos futebolísticos da dupla Marta e Cristiane, em detrimento de outras jogadoras da seleção.

É importante lembrar que a categoria *gênero* representa textos que falavam sobre a sexualidade das atletas, os aspectos de beleza e feminilidade das jogadoras da seleção. A categoria *etnia* compreende conteúdos que se mostram diferentes na forma de apresentar as características das jogadoras de outros países, em relação às atletas brasileiras. Além disso, aquelas que deixam o Brasil, para jogar em outro país, passam a ser apresentadas de forma similar às jogadoras do exterior. A categoria *classe* refere-se aos aspectos de pobreza que as publicações relatavam sobre algumas jogadoras; e *raça* trata da cor da pele das atletas.

Durante a busca, verificou-se a existência de três capas da revista que estamparam temas associados à seleção brasileira. Em agosto de 1995, a edição 1106 trouxe uma chamada grande na capa, mostrando uma foto com quatro mulheres utilizando uniformes que representavam a seleção brasileira de futebol feminino, acompanhada da frase “Futebol

¹⁹A categoria *dirigentes* abarca dois textos, o primeiro foi publicado em 1996, referindo-se centralmente ao Eurico Lira; e o segundo texto falava sobre a Confederação Olímpica Brasileira, publicado no ano de 2012.

Feminino, As garotas batem um bolão (e até trocam a camisa depois do jogo)”. O sumário da edição destacava o grande número de mulheres que tinham “invadido” os gramados e o texto ressaltava, em sentido pejorativo, que essa inserção era irreversível.

Perninhas de fora, chuteiras pequenas, top nos seios, as garotas finalmente descobriram a paixão pela bola. Depois da Copa do Mundo, o futebol feminino explodiu. As escolinhas estão cheias de garotas querendo aprender a dar um chute direito, a driblar a adversária. [...] E olha que até o início da década passada futebol não era coisa para mulheres. Assim dizia a lei. Só em 1981 o Conselho Nacional de Desportos, órgão que na época regulamentava a prática esportiva no país, se convenceu de que usar chuteiras não "masculiniza" as garotas (PLACAR, ago. 1995, p. 33).

Considera-se que essa capa remete à seleção brasileira, mas, além de a imagem contar com modelos e não jogadoras, os uniformes não são oficiais. Os uniformes e as poses sensuais expõem e sexualizam os corpos, os quais estão sob apreciação do olhar masculino. Assim como corrobora Bourdieu (2010, p. 82)...

A dominação masculina, que constitui as mulheres como objetos simbólicos, cujo se (esse) é um ser-percebido (percipi), tem por efeito colocá-las em permanente estado de insegurança corporal, ou melhor, de dependência simbólica: elas existem primeiro pelo, e para, o olhar dos outros, ou seja, enquanto objetos receptivos, atraentes, disponíveis. [...] E a pretensa “feminilidade” muitas vezes não é mais que uma forma de aquiescência em relação às expectativas masculinas, reais ou supostas, principalmente e, termos de engrandecimento do ego. Em consequência a dependência em relação aos outros e não só aos homens tende a se tornar constitutiva do seu ser.

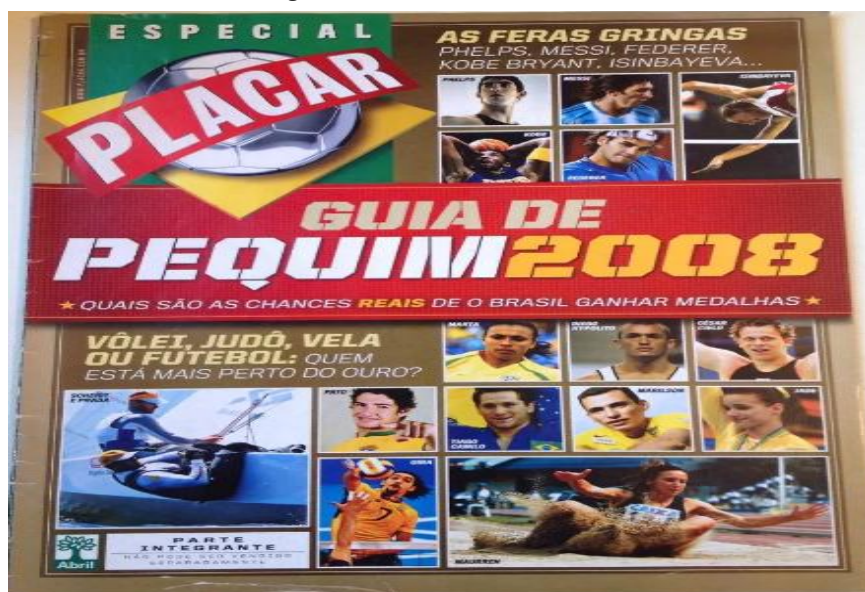
Figura 3 - Placar, agosto de 1995.



Dessa forma, a revista ressalta a beleza e a sensualidade de modelos, as quais não representam a seleção feminina de futebol nos gramados, reforçando o estigma de que as mulheres futebolistas não cuidam de suas aparências físicas (SALVINI, JUNIOR, 2016). Percebe-se a necessidade em reforçar as marcas da construção de gênero, com características de feminilidade voltadas mais para os aspectos de beleza e erotização da mulher do que à fragilidade e delicadeza, as quais também foram inscritas na história da mulher.

Em 2008, no *Guia de Pequim*, edição especial da *Placar*, a jogadora Marta aparecia em uma chamada pequena na capa, dividindo espaço com atletas de outras modalidades como Cesar Cielo da natação, Giba do voleibol, Tiago Camilo do judô, Pato do futebol, entre outros brasileiros. A frase em destaque na capa que acompanhava as fotos questionava: “Quais são as chances reais de o Brasil Ganhar medalhas* vôlei, judô, vela ou futebol: Quem está mais perto do ouro?”.

Figura 4 - Placar, sem mês, 2008.



A revista *Placar* considera a jogadora Marta uma agente com alto capital simbólico ao compará-la a outros atletas renomados no campo esportivo (BOURDIEU, 1987). Marta adquiriu capital devido aos aspectos físicos demonstrados através do seu desempenho, o que resultou em legitimidade da atleta dentro e fora dos gramados. Sendo assim, ela obteve diversos feitos individuais que trouxeram a ela uma posição privilegiada no subcampo futebolístico, e visibilidade em outros campos sociais como a mídia, ao representar toda a seleção brasileira. Salvini e Marchi Junior (2016, p. 300) lembram-se do espaço conquistado

por Marta no campo político: “[...] O encontro da jogadora com a presidenta do Brasil, Dilma Rousseff que ocorreu em Brasília no dia 24 de janeiro de 2011. Nessa audiência, a presidenta anuncia intenção de conferir maior atenção ao futebol feminino.” Mesmo que sua ação não tenha tido efetividade, pois nenhuma atitude foi tomada concretamente sobre a questão, a jogadora obteve acesso ao campo político, algo que nunca foi conquistado por nenhuma jogadora brasileira.

A terceira capa, publicada na edição especial de Londres 2012, trouxe a jogadora Cristiane em campo vestida com o uniforme da seleção brasileira, com uma chamada em destaque “Ronaldinha Olímpica”; e ao lado um texto dizendo “A atacante Cristiane fez seu 11º gol em Olimpíadas nos 5 a 0 do Brasil sobre Camarões. Tornou-se a maior artilheira da história dos Jogos e igualou o feito do Fenômeno em Copas do Mundo”.

Figura 5 - Placar, julho de 2012.



Compreende-se que a revista confere visibilidade à jogadora, corroborando para a legitimação do capital físico e simbólico de Cristiane. No entanto, destaca-se a comparação da atleta ao jogador Ronaldo. Segundo Gabriel (2015), Marta, por seu desempenho, foi reconhecida como “Pelé de saia”. Evidencia-se a conferência de capital simbólico a essas jogadoras, realizada por alguns meios de comunicação. No entanto, deve-se questionar que esse destaque, muitas vezes, vem acompanhado a uma figura masculina. O subcampo futebolístico foi construído como um universo predominantemente masculino. Bourdieu (2010) explica que as classes distintas (neste estudo, os gêneros distintos), estão imersas em

uma disputa simbólica, que objetiva impor regras no mundo social de acordo com o interesse dos dominantes. Sendo assim, os dominantes reproduzem estratégias de dominação, reforçando sua legitimidade. Dessa forma, compreende-se que a atuação masculina se tornou o arquétipo ideal no futebol, sendo acionado sempre que alguma jogadora tem destaque, exaltando, ao mesmo tempo, o futebol masculino.

Para Bourdieu (2010), o poder simbólico tem capacidade de produzir informações efetivas através do enunciado, isto é, tem o poder de saber ver, fazer crer e transformar a percepção e a ação no mundo social. “O que faz o poder das palavras e das palavras de ordem, poder de manter a ordem ou de subverter, é a crença na legitimidade das palavras e daquele que as pronuncia, crença cuja produção não é da competência das palavras” (BOURDIEU, 2010, p. 15). Sendo assim, o poder simbólico pode produzir efeitos reais sobre a hierarquia existente no campo esportivo, especificamente no subcampo futebolístico, sem que ocorra o reconhecimento de determinada violência para manter a ordem neste espaço, onde o masculino é dominante e sempre que necessário será acionado para tal demonstração. Nesse sentido, vale lembrar Pontes e Silva (2012) que a capa é um espaço bastante importante para os editores de uma revista, pois possui a primeira chamada para o interesse do leitor.

A FIFA realizou efetivamente a I Copa do Mundo de futebol feminino em 1991, o que fez a CBF renovar a seleção composta em 1988. Essa equipe, novamente, foi integrada em grande parte por atletas pertencentes ao Esporte Clube Radar, tendo em vista, que 16 jogadoras eram desse time e apenas duas de outros clubes – Vasco da Gama e Liga Desportiva Nova Iguaçu. A regra para disputar o Mundial era vencer o Sul-Americano; dessa forma, a seleção brasileira conquistou de forma invicta o Sul-Americano e garantiu a vaga para disputar o primeiro título Mundial, que ocorreu em novembro na China.

Salvini (2012) compreende que o Esporte Clube Radar foi recrutado para defender o Brasil nesse Mundial, por não existir mais clubes estruturados no país. A seleção venceu o Japão (1x0), mas posteriormente perdeu para os EUA (0x5) e para a Suécia (0x2), sendo eliminada na primeira fase e se classificando na nona colocação.

A *Placar* não se manifestou sobre a seleção brasileira feminina em 1991, período em que a revista quase deixou de existir, diminuindo sua equipe editorial e a periodicidade de suas edições, pois, em muitas vezes, não foi publicada devido ao espaço ofertado à revista esportiva denominada *Ação*. No depoimento de Solange Santos Bastos, atleta que participou daquela seleção, em uma entrevista concedida para Moraes (2010), relatou que a imprensa conferiu pouca importância para a vitória das atletas nas competições e isso “[...] gerou a falta

de divulgação de informações o que contribuiu também para a invisibilidade que este esporte enfrentou durante longos anos” (MORAES, 2012, p. 159).

Desde então, sem campeonatos nacionais, o futebol feminino ficou estagnado no Brasil. Somente em 1994, o Campeonato Brasileiro voltou a ser disputado e, em novembro do mesmo ano, a seleção foi convocada para disputar o 2º Sul-Americano de futebol feminino, que ocorreu em Uberlândia (MG). As jogadoras que atuaram nesse campeonato foram as mesmas que participaram do primeiro Mundial, acrescentando a participação das atletas Pretinha, Michael Jackson, Marisa e Sissi, as quais foram relevantes para o Brasil nas competições. Essa seleção venceu o Sul-Americano e conquistou a vaga para disputar o segundo Mundial em junho de 1995 na Suécia.

No ano de 1995, a *Placar* publicou um texto enaltecendo os aspectos de beleza da jogadora Bel, intitulado “O lado provocante da musa do futebol feminino”. As fotos dispostas na publicação evidenciam o corpo da jogadora, junto ao texto que limita relatos sobre os feitos da atacante Bel na seleção brasileira, mas destaca os atributos de beleza da atleta. A atenção no texto recai sobre os olhos verdes e o corpo de modelo, da então nomeada musa dos gramados.

Na mesma revista, um texto publicado na sequência retrata o futebol nos EUA, ressaltando a jogadora da seleção americana Brandy Chestain, de forma bastante inversa à jogadora brasileira supracitada. O conteúdo ressalta o esforço que a atleta dedicou desde sua infância para chegar ao auge de sua carreira, atuando na seleção americana que foi campeã do Mundial feminino em 1991; demonstra os novos patrocínios e o futuro da jogadora na modalidade. Evidencia-se nas publicações a discrepância das fotos que expõem as atletas, pois a jogadora norte-americana se encontra vestida com uniforme e representada de fato como futebolista, enquanto a brasileira de biquíni, como modelo.

Figura 6 - Placar, junho de 1995.

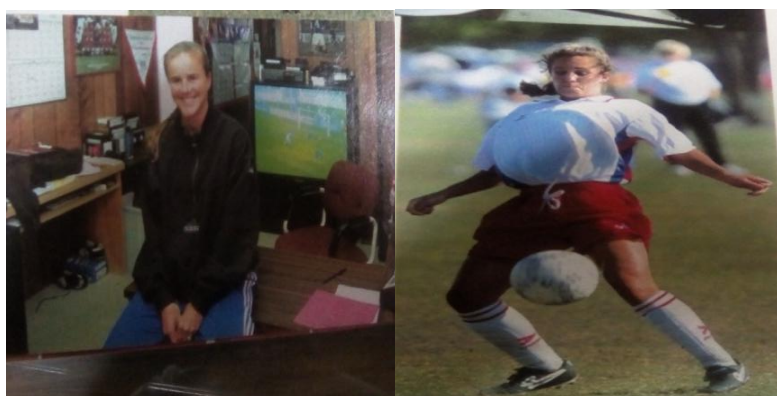


Figura 7 - Placar, junho de 1995.



O conteúdo ressalta a beleza da jogadora brasileira em detrimento das características futebolísticas, diferentemente da atleta norte-americana. A abordagem da revista em textos que buscam destacar a beleza física das jogadoras foi verificada novamente em agosto de 1995, quando mulheres que não representavam efetivamente a seleção, em campeonatos Mundiais e Olímpicos, foram apresentadas com uniformes que não condiziam ao da seleção brasileira sendo mais curtos, numa possível tentativa de sensualizar o corpo das garotas.²⁰

No entanto, alguns textos sobre a seleção feminina brasileira não visam denotar os aspectos físicos das jogadoras. Ainda em agosto de 1995, a *Placar* demonstra que a derrota da seleção brasileira no Mundial foi efeito da baixa estrutura do futebol feminino no país, pois se encontrava em um estágio de amadorismo, com baixo número de atletas profissionais e os campeonatos eram esporádicos. O texto intitulado “Esquema amador: quando o assunto é desorganização, as meninas não devem nada aos homens” (PLACAR, ago. 1995, p. 34) retrata as dificuldades de jogadoras como Mariléia dos Santos, conhecida com Michael Jackson, que ganhava 1.000 reais por mês, 30 vezes menos que a norueguesa Linda Madalen, cuja equipe venceu o Mundial de 1995.

Nesse sentido, esta publicação elucida como as jogadoras que efetivamente atuaram pela seleção brasileira no Mundial da Suécia são apresentadas. “O Brasil na Copa: Campanha fraca e nono lugar”:

²⁰ A figura 3 e a descrição dos textos que se encontram nas páginas internas (32, 33, 38 e 39) estão localizadas na página 81 da dissertação, mostrando como as jogadoras foram expostas pela revista. Para maiores informações das imagens, verificar a edição 1.106, publicada em agosto de 1995.

Figura 8 - Placar, agosto de 1995.



Percebe-se que as atletas que não possuem o arquétipo de beleza, estabelecido pela sociedade brasileira e de feminilidade normativa, são apresentadas por conteúdos que ressaltam a prática futebolística, as dificuldades de inserção e permanência no universo do futebol, afirmações sobre a sexualidade e feminilidade das atletas, bem como, questões de classe e raça. Esses elementos serão corroborados por textos publicados em 1996, ano em que o Brasil participou pela primeira vez dos Jogos Olímpicos, ocorridos em Atlanta, entre 19 de julho e 04 de agosto, chegando às semifinais e conquistando o quarto lugar. Vale destacar que esse resultado foi importante, pois a seleção vinha de duas participações em Mundiais, as quais foram eliminadas na primeira fase, uma na China (1991) e outra na Suécia (1995).

A vaga para jogar em Atlanta foi conquistada por meio da classificação de oito seleções, estipuladas pelo Comitê Olímpico Internacional (COI), no Mundial de 1995. No entanto, o Brasil tinha se classificado em nono e, mesmo assim, conseguiu uma vaga nas Olimpíadas. Com base nisso, a *Placar* publicou “A Hora da verdade”, relatando que a seleção feminina se inseriu nas Olimpíadas de Atlanta pela porta dos fundos, pois “[...] perdeu a vaga no campo, mas recuperou-a nos meandros do regulamento do COI” (PLACAR, 1996, p. 69).

Segundo Moraes (2012), existia uma grande pressão sobre as jogadoras da seleção feminina para conquistar uma boa colocação em Atlanta/1996. Tendo em vista a promessa de que o bom desempenho das atletas poderia alavancar o futebol feminino no Brasil. No entanto, a preparação das jogadoras para Atlanta ocorria em condições precárias, em termos

estruturais e profissional. As jogadoras viajavam pelo Brasil em busca de aporte das prefeituras e de clubes privados. Pois, a Sport Promotion, empresa que administrava a seleção feminina se responsabilizava pela assistência médica, transporte e salários, porém, este auxílio não era suficiente para melhorar a situação estrutural das jogadoras.

Em setembro, os jornalistas Marcelo Duarte, Sérgio Garcia e Sérgio Ruiz Luz mostraram as condições de vida das jogadoras da seleção. Apontando que a falta de estrutura profissional fazia com que jogadoras da seleção precisassem praticar também o futebol de salão para complementar a renda salarial. A matéria trouxe o caso de Sissi, a qual ganhava 500 reais mensais, valor equivalente a cinco salários mínimos na época. Além disso, em 1995 no Mundial da Suécia, as jogadoras ganhavam diárias de oito reais. Durante as Olimpíadas, a Mizuno ofereceu um contrato de 6.000 dólares para que as atletas Sissi e Marcia Taffarel utilizassem suas chuteiras no período da competição, mas esse contrato não foi permitido pelo diretor da CBF Luíz Miguel de Oliveira. O texto salientava: “Enquanto qualquer juvenil sai acelerando um carrão importado na assinatura do seu primeiro contrato profissional, a jogadora Sissi, estrela da Seleção, só conseguiu trocar recentemente seu Fiat 147, ano 80” (DUARTE; GARCIA; LUZ, set. 1996, p. 49).

Na edição de julho, mês que precedeu os Jogos Olímpicos de Atlanta, Luís Estevam Pereira, relatou sobre a condição de vida da jogadora Mariléia dos Santos em um time da Itália. Sua vivência nesta região necessitava de uma adaptação, algo que não foi difícil para atleta, a qual caminhava pelas ruas medievais, sua geladeira era abarrotada de frutas, vivendo em um clima frio e um ar limpo, trocou a feijoada pelo macarrão, seguindo a mais pura tradição italiana. O texto ressalta as características de gênero, afirmando que: “Até mesmo à frente do espelho, a jogadora passou por uma pequena mudança de hábito. Deixou de usar o chamativo batom vermelho” (PLACAR, 1996, p. 69), pois na região quem usava esta cor era considerada prostituta. Além disso, destaca questões de raça, ao relatar que a atleta lembrava cada vez mais o “embranquecido” cantor Michael Jackson. Elogiou o futebol da atleta, sendo que era a esperança nas Olimpíadas de Atlanta, devido à sua cor e gingado.

Espelho, espelho meu: Michael Jackson, a jogadora, é a cara de Michael Jackson, o pop star. [...] O visual continua a lembrar o cada vez mais embranquecido Michael Jackson. [...] O futebol se mantém rápido e goleador [...] Esperança do futebol feminino brasileiro agora na Olimpíada de Atlanta. Michael Jackson, Mariléia dos Santos foi contratada em setembro do ano passado para dar mais cor e ginga ao time de loiras do Torino Calcio Femminile, da cidadezinha de Venaria, norte da Itália. [...] Deixou de usar o chamativo batom vermelho. "Eu pintava os lábios e as meninas ficavam me olhando de um jeito" [...] A italianização de Michael Jackson, uma carioca de Valença, interior do Rio de Janeiro [...] Apesar de o futebol feminino

ser amador na Itália, a jogadora diz embolsar 5 000 dólares por mês. [...] As dificuldades, contudo, não tem impedido a brasileira de marcar gols. Na primeira temporada européia, assinalou 23. Segundo estatísticas próprias, sua marca já bateu nos 1 222 tentos - 57 a menos do que Pelé! (PEREIRA, jul. 1996, p.69).

Nota-se uma oposição nas condições estruturais, profissionais e econômicas da jogadora que atuava fora do país, em detrimento das que atuavam na seleção brasileira de futebol feminino. Além disso, questões de gênero e raça são acionadas para falar da jogadora, a qual era uma mulher negra e pobre, que gostava de passar o seu batom vermelho. Entretanto, para jogar na Itália, ela precisou modificar seus hábitos, a forma de se vestir e estava até mesmo embranquecendo-se como o *pop star* Michael Jackson.

Rial (2014) analisou peças publicitárias (1998-2000) e percebeu como os meios de comunicação acionam estereótipos de gênero, raça e etnia para representar e diferenciar socialmente. Ela constata que os veículos privilegiam os brancos. Muitos anúncios americanos tratam o negro de forma julgadora, desta forma, as sucursais brasileiras adaptaram seus anúncios a uma espécie de racismo brasileiro, isto é, “[...] regravam-nos, branqueando-os [...]”. (RIAL, 2014, p. 5). Ademais, a autora percebe que um espaço pequeno era destinado aos negros que eram celebridades, evidenciando aquilo sobre o que eles tinham domínio: futebol, música, dança, bebida e comida.

Na semifinal entre Brasil e EUA, Duarte, Garcia e Luz (1996) retratam com otimismo a conquista do quarto lugar nas Olimpíadas de Atlanta, enfatizando que essa colocação iria recuperar os traumas do passado, os quais difundiram histórias de homossexualidade. Os jornalistas justificam que o avanço no futebol feminino e a transição da seleção para melhores condições ocorreriam porque, parte da equipe que foi a Atlanta – jogadoras que aprenderam a jogar bola com os irmãos nas ruas –, estava se aposentando e sendo substituída por jogadoras altas, fortes, bonitas e de classe média. Destacam que as atletas que participaram dos Jogos em Atlanta tinham discrepâncias físicas em relação às jogadoras americanas ou norueguesas. “O tiro de meta da goleira do Brasil ainda não tinha força suficiente para atravessar a linha do meio-campo” (DUARTE; GARCIA; LUZ, set. 1996, p. 47).

Evidencia-se a substituição de jogadoras pobres e negras por meninas de classe média, com base no padrão de beleza construído socialmente.

No começo da década de 80, as pioneiras do futebol feminino eram de origem humilde. Algumas delas - caso da atacante pretinha - passaram a infância em favelas. Esse perfil vem mudando. Nas escolas de futebol, as patricinhas de classe média aderiram em peso ao esporte e já formam uma fatia significativa entre as praticantes do futebol (DUARTE; GARCIA; LUZ, set. 1996, p. 51).

Pode-se notar que as jogadoras que defenderam a seleção nas Olimpíadas de Atlanta são apresentadas com características diferentes das jogadoras que participavam do futebol de modelos, pois estas, sim, atendiam aos ideais de feminilidade e de beleza propostos pela revista. Salvini (2012) salienta que, em 1995 e 96, o futebol feminino apresentado no discurso da *Placar* não representava a realidade dos campos de futebol em eventos nacionais e internacionais.

Como forma de mascarar ou de vender outra imagem do futebol feminino foram criados nos anos 1990 equipes de futebol feminino formadas por modelos. Podemos entender que segue a mesma lógica das “Globetes”, ou seja, saem de cena as “Globetes” e entram as modelos que “desfilam” futebol. Em se tratando de times de modelos era expressamente proibido que jogadoras federadas, embora esteticamente belas, fizessem parte das equipes, pois, o futebol era menos importante do que a espetacularização dos corpos (SALVINI, 2012, p. 85).

Além disso, a tese de Moraes (2012) expõe trajetórias futebolísticas de três ex-atletas baianas, que tiveram destaque em nível regional ou nacional entre as décadas de 1980 e 90. Dentre essas jogadoras, encontra-se Solange²¹, evidenciando que sua maior preocupação eram as condições de pobreza das atletas que, como ela, tinham dificuldade até para se alimentar. Segundo seus relatos, quando jogava em um time de Feira de Santana, não tinha o que comer em casa e nos treinos passava mal por sentir muita fome. Quando ela passou a atuar na seleção, enfrentou grandes dificuldades durante os treinamentos físicos, devido à subnutrição.

Dessa forma, infere-se que a revista fomenta um discurso de incentivo à seleção feminina, demonstrando as inúmeras dificuldades existentes, a conquistado quarto lugar nas Olimpíadas de Atlanta e realizando críticas a instituição responsável pelo futebol brasileiro CBF.

PARA A CBF, FUTEBOL É UM ESPORTE DE MACHO. Tanto é que a entidade repassou para uma empresa, a Sport Promotion, os direitos de cuidar e de explorar a modalidade até o Campeonato Mundial de 1999. Foi só alguém dar um pouquinho de atenção e as meninas conquistaram um quarto lugar nos Jogos de Atlanta (PLACAR, set. 1996, p.47, grifo do autor).

No entanto, posteriormente, descrimina essas mesmas jogadoras, ao dizer que serão substituídas por outras garotas com base em características de gênero, sexualidade, classe e padrões de beleza. Esses aspectos não fazem diferença na qualidade técnica e tática de um

²¹Solange dos Santos Bastos, conhecida como Soró, ganha destaque na tese de Moraes (2012). Ela atuou na seleção brasileira de futebol feminino durante a década de 1990.

jogo, o que de fato poderia trazer melhores colocações para a seleção brasileira em campeonatos como os Jogos Olímpicos.

A preocupação sobre a homossexualidade das atletas começa a ser enfatizada por Duarte, Garcia e Luz (1996) ao falarem da jogadora e capitã da seleção no Mundial em 1995, Cenira Sampaio. A atleta retratou os casos de homossexualidade presentes na seleção brasileira de futebol feminina, contando que Romeu Castro, dirigente da Sport Promotion, que também comandava o time SAAD, “[...] convocou a jogadora Suzy como um presente para a goleira Meg” (DUARTE; GARCIA; LUZ, set. 1996, p. 100). Porém, devido a uma briga com a jogadora Meg, ele disse que deveria ter selecionado a Leda Maria para presentear Fanta.

O técnico da seleção nos jogos de 1996, José Duarte, concedeu uma entrevista à revista... “O senhor acredita que as histórias de homossexualismo no futebol feminino afugentam outras mulheres?” (PLACAR, set. 1996, p.49). O técnico respondeu que nunca tinha presenciado essa situação, contudo se houvesse problemas das jogadoras fora do campo, ele não tinha nada com isso. Pode-se perceber que as perguntas ao técnico José Duarte não eram relacionadas à técnica futebolística nem ao preparo físico das atletas, mas em relação à sexualidade e à beleza das jogadoras: “O senhor já assistiu alguns desses jogos de modelos?”; “As duas jogadoras mais bonitas do futebol brasileiro, Bel e Duda, não estavam na seleção que disputou a Olimpíada de Atlanta. Porquê?” (PLACAR, set. 1996, p.49). Percebe-se que as repostas do técnico não demonstravam preocupação com esses aspectos, pois este respondeu nunca ter visto o futebol de modelos e enfatizava que a beleza não conta, já que o povo brasileiro quer presenciar um bom jogo de futebol.

Diante disso, compreende-se, como Silva (2010), que as convenções de gênero e sexualidade estão presentes nos valores culturais, portanto, subjetivos dos jornalistas, que se constroem a partir de uma sociedade. Dessa forma, a produção jornalística reproduz os saberes que uma sociedade compreende como corretos e dignos de serem conhecidos.

Pode-se perceber que a construção jornalística da *Placar* busca caracterizar e legitimar padrões de gênero, como ideal de beleza e normas de sexualidade, além disso, ressaltam questões de classe e raça das atletas. As matérias mostram um dualismo entre as jogadoras de futebol feminino.

Figura 9 - O dualismo entre as jogadoras da seleção brasileira de futebol feminino e a imagem idealizada esteticamente (PLACAR, set. 1996).



A dicotomia entre as jogadoras se mostra com aquelas que representam a seleção brasileira nas competições internacionais, as quais não têm seus corpos sexualizados, mas associados à homossexualidade, pobreza e distante do padrão de beleza. Por outro lado, encontram-se as atletas modelos, as quais jogavam em clubes como Fluminense e Flamengo. Diante disso, infere-se que há uma tentativa de elitização do futebol feminino e sexualização do corpo dessas jogadoras.

O Brasil conquistou a medalha de bronze no mundial de 1999, ocorrido nos EUA, resultado que trouxe a classificação para as olimpíadas de 2000, em Sydney. Nessa Copa, o número de participantes, saltou de 12 para 16 equipes.

Vale destacar, que, nessa época, a Sport Promotion, empresa terceirizada pela CBF que realizava o *marketing* esportivo no país, desde 1994, dedicou-se à gestão da seleção brasileira feminina. A empresa buscava colaborar com o futebol, não permitindo que ele hibernasse novamente, tentando organizar campeonatos regionais e, assim, formar novas atletas profissionais, renovando a seleção brasileira para as disputas do terceiro Sul-Americano e a Copa do Mundo de 1999 (SOUZA JR; DARIDO, 2002).

Dessa forma, percebe-se que o patrocínio da Sport Promotion, garantido até 1999 para a seleção feminina, colaborou em certa medida para as condições da modalidade no país, pois, naquele ano, a equipe conquistou a medalha de bronze no Mundial. No entanto, a terceira colocação não obteve atenção de meios de comunicação, como a revista *Placar*, e o

único texto encontrado em agosto, relatava que, mesmo diante da terceira colocação, os dirigentes não cumpriram o que prometeram antes da Copa do Mundo para seleção feminina. Os cartolas objetivavam garantir uma vaga nas Olimpíadas, ao contrário de uma boa campanha, o futebol feminino teria um futuro atribulado no país. A seleção conquistou o bronze e a jogadora Sissi relatou que os dirigentes não estavam fazendo a parte deles, pois não iriam realizar o campeonato estadual Paulistana, fator que poderia comprometer a preparação delas para as Olimpíadas.

Gabriel (2015, p. 175) compreende que a empresa “[...] amenizava os problemas estruturais da modalidade, visto que a maioria das atletas não tinham equipes para atuar, e as que tinham ganhavam muito pouco, necessitando de outros empregos”. Segundo Salvini (2012), no início dos anos 2000, o subcampo futebolístico se apresentava com a mesma estrutura de anteriormente, sem um calendário de campeonatos e com o fechamento de times devido à falta de investimento dos clubes.

As conquistas nas competições como Jogos Olímpicos e Mundiais são entendidas como uma forma de alavancar o futebol feminino no país, sempre com a mesma promessa de que as medalhas trariam reconhecimento e as derrotas descasos maiores (SALVINI, 2012). Infere-se que a busca por medalhas se tornou uma estratégia dos cartolas – agentes dominantes do campo – e das próprias jogadoras para adquirir legitimidade como futebolistas no Brasil.

A seleção feminina conseguiu, por meio da terceira colocação do Mundial em 1999, ir a Sydney em 2000, para disputar pela segunda vez o título olímpico e o que *Placar* ressaltou não foi diferente dos outros anos: “Elas sabem o que uma medalha na Austrália significa: Continuidade, reconhecimento, melhores condições e quem sabe até patrocínio. Sem a medalha, a luta contra o preconceito, a falta de estímulo e o desinteresse pode terminar em retrocesso” (PLACAR, maio de 2000, p. 55).

Em maio de 2000, a *Placar* destacou uma publicação “Só no sapatinho: A caminho de Sydney, a seleção feminina ganha o status que merece” (PLACAR, 2000). A revista demonstrava que a luta das atletas era a busca pela feminilidade e a obtenção de conquistas impensáveis, como uniforme sob medida, pois antes elas vestiam os utilizados pelos homens. Para o periódico, o uniforme sob medida se tornou “[...] um dos símbolos da nova fase do futebol feminino” (PLACAR, maio de 2000, p. 55).

Figura 10 - Placar, mai. 2000.



Nesse período, existia uma preocupação demasiada da revista em demonstrar os cuidados com a aparência que as jogadoras tinham, chegando a ser tão relevante quanto publicar sobre suas qualidades técnicas. Para melhor apresentar esses elementos, apontam-se alguns relatos do texto publicado pela revista, o qual busca descrever o cotidiano das atletas em fase de preparação para os Jogos Olímpicos, destacando, sobretudo, os cuidados estéticos com o corpo.

Os pés são a parte do corpo mais maltratada. A maior parte trata deles com pedicures e cremes, [...] Chuveiro, xampu, creme hidratante, protetor solar e uniformes limpos, [...] Algumas atletas como Nildinha e a “rainha da peruagem”, Deva (volante Lusa) aproveitam para convocar a manicure e dar um jeitinho nas mãos e nos pés. [...] diferentemente dos rapazes, de quem se ouvem histórias de fugas mirabolantes da concentração, as jogadoras são mais tranquilas. Para elas, “fugir”, muitas vezes, significa o incômodo de ir até a cidade para comprar absorventes. Ou produtos de primeira necessidade, como um novo perfume (PLACAR, mai. 2000, p. 55-56).

Scott (1990) explica que os símbolos culturalmente construídos são lembrados e interpretados com base em conceitos normativos. Ou seja, os cuidados estéticos realizados pelas jogadoras representam a feminilidade, a beleza e o ser mulher, características acionadas pela revista para representar o futebol feminino na época, em um contexto predominantemente masculino, como o campo esportivo e o futebol. Os conceitos normativos afirmam o que é ser feminino e o que é ser masculino, podendo ser contestados pelos agentes. No entanto, nem a revista *Placar* nem as jogadoras questionaram a necessidade de obter tal posição normativa, e reproduzem essas ideias como se fosse um consenso. Salvini (2012) compreende que os textos da *Placar*, que abordam aspectos de feminilidade normativa e

reforçam a heterossexualidade das atletas acompanham historicamente a busca pela superação do preconceito existente em relação às jogadoras de futebol.

Marisa começou a jogar quando futebol feminino era associado ao homossexualismo. Dani Alvez (Lusa) é de outra geração, em que o esporte já é praticado normalmente nas aulas de educação física [...] Um ano mais velha do que Dani Alvez, a também cabeça-de-área Renatinha desfila nos cabelos loiros e compridos e nos olhos claros uma outra transição importante na seleção, em relação às veteranas: está em paz com a feminilidade. "Tenho namorado, sim. Ele acha legal eu jogar bola e gostou de minha convocação. [...] Renatinha, assim como pelo menos metade do time atual, tem um homem para chamar de seu, sepultando a fama do Sapatão Futebol Clube (PLACAR, mai. 2000, p. 56-57).

Vale lembrar, que a prática do futebol feminino foi permitida em 1979 e constituída pelos agentes dominantes do campo esportivo, com base em concepções de feminilidade. Esses valores foram sendo interiorizados nos agentes, constituindo um *habitus* social que reproduz as estratégias do campo conforme o momento histórico vivenciado (BOURDIEU, 2009). Portanto, compreende-se que o espaço que a mulher conquista no futebol foi subsidiado nas escolhas que elas tiveram em relação ao seu corpo. Ou seja, as futebolistas interiorizaram disposições corporais e morais que ampararam suas ações e visões no subcampo, as quais estavam embasadas na concepção essencialista de gênero, construída social e historicamente. Como demonstra a revista, por meio das visões das jogadoras, que reproduzem a lógica do campo e elementos de gênero constituídos socialmente.

As novatas, como Renatinha, dão duro no gramado, mas tentam, ainda sem muito método, se manter “mocinhas” dentro e fora dele. “Ser mocinha” não indica a opção sexual das jogadoras. Aponta a disposição de adotar o jeitão dos homens, até agora senhores absolutos do gramados. A idéia antes era parecer o máximo com os colegas do sexo oposto, para se sentirem menos invasoras. [...] Eu acho que tem de ser mocinha, sim. Eu, pelo menos, sou muito mocinha (PLACAR, mai. 2000, p. 56-57).

Para Goellner (2005), esse espaço é repleto de ambiguidades, representado por distintas formas de feminilidade, embora estejam subsidiadas nos aspectos antagônicos de gênero. Isso é problemático, na medida em que a preocupação das jogadoras e da revista é provar a feminilidade e a sexualidade, enquanto os aspectos técnicos do futebol, estruturais do subcampo futebolístico feminino, como a falta de campeonatos e de contratos nos clubes, os quais foram apresentados em relatos de jogadoras dessa época (Sissi, Soró, Maicon Jackson), são inferiorizados ao serem substituídos pela revista dessa maneira.

Em setembro de 2000, ao chegar próximo da disputa olímpica em Sydney, a *Placar* enfatizava a excelente estrutura em que a seleção se encontrava, tendo em vista a participação

de um elenco privilegiado como as jogadoras Formiga, Sissi, Roseli, Kátia Cilene e o prestigiado técnico Zé Duarte. A publicação demonstra acreditar em uma seleção que ganharia pelo menos o bronze, pois só poderiam perder para as americanas ou chinesas.

Não foi o que ocorreu. Na disputa em Sydney, a seleção enfrentou a Alemanha e perdeu a medalha de bronze (2x0), ficando como quarta colocada – os EUA em primeiro e a Noruega em segundo. Valporto (2006) ressalta que uma medalha seria relevante diante da condição do futebol feminino no país, praticamente sem a existência de times e competições; mas, mesmo com o quarto lugar, as jogadoras foram reconhecidas pelo esforço realizado em comparação aos homens que, comandados por Vanderlei Luxemburgo, caíram nas quartas de final ao perder para Camarões.

No entanto, não foi uma boa recepção que se encontrou no texto publicado pela revista *Placar* intitulado “Várzea na Austrália”, no qual André Fontenelle relata que: “Quarta colocada em Sydney, a Seleção Brasileira feminina mostra com suas brigas internas que ainda tem muito a evoluir para merecer uma medalha olímpica” (PLACAR, jul. 2000, p. 72).

O texto relatou a desorganização e a baixa qualidade estrutural do futebol feminino dado pela CBF, mas, sobretudo, enfatizou que foram as brigas ocorridas entre as jogadoras e os dirigentes que atrapalharam a conquista de uma medalha.

Dia 19, a própria Sissi, a goleira andréia e as atacantes Kátia Cilene, Pretinha e Roseli embarcam para os EUA [...] Quem sabe jogando fora do Brasil as jogadoras da Seleção adquiriram mais profissionalismo no contato como o organizado ambiente de lá. Ainda ingênuas, elas se deixam envolver pelas intrigas e as comentam sem meias palavras nas entrevistas, para alegria dos repórteres em busca de histórias bombásticas. A atacante Maycon contava que Wilsinho²² ameaçou “dar porrada” na goleira Andréia (PLACAR, jul. 2000, p. 72 – 73).

A revista criticou a postura de Sissi, contando os relatos das brigas e sua posição dentro do campo: “Verdade seja dita, Sissi estava longe de ser a jogadora que terminou o Mundial do ano passado com artilheira, com sete gols. Desta vez, não fez nenhum nas cinco partidas e parecia jogar em câmera lenta” (PLACAR, jul. 2000, p. 72).

Nessa perspectiva, evidencia-se a violência de gênero, quando fere psicologicamente, intentando impedir ou levantar obstáculos na participação da mulher no campo esportivo, seja uma violação primária ou complexa (PAIM; STREY, 2007). A violência de gênero, nas relações de poder entre os dirigentes e as jogadoras, emerge da dominação e da opressão que transformam as desigualdades sociais em exclusão das atletas do espaço futebolístico.

²² Wilson Riça era auxiliar técnico da seleção.

Segundo Paim e Strey (2007, p. 4), “[...] O esporte, em especial o futebol, tem sido palco de constantes episódios de violência. Essa violência, muito comum entre os jogadores, juízes e comissão técnica dentro de campo”.

Para Aznar (2000, p. 428), violência de gênero:

É todo ato de força física ou verbal, coerção ou privação ameaçadora para a vida, dirigida às mulheres, que cause danos físicos ou psicológicos, humilhação ou privação arbitrária da liberdade e que perpetue a subordinação feminina, a qual tem por objetivo estabelecer os limites de controle que se exerce contra a mulher.

Nesse sentido, a tentativa de Sissi em contar para a *Placar* sobre a violência realizada pelos dirigentes, nos bastidores das Olimpíadas de Sydney, foi criticada pela revista pela falta de profissionalismo. Bourdieu (1997) coloca o conceito de violência simbólica, que é exercida pelo dominante aos agentes dominados, a qual não se pode evidenciar facilmente. Assim, infere-se que nem mesmo as jogadoras percebem de forma clara que perpassavam por situações de violência, até mesmo advindas da incoerência da revista ao criticar as jogadoras e não os dirigentes.

Em setembro de 2003, ocorreu o Mundial feminino, sediado novamente pelos EUA, no qual a seleção brasileira ficou em quinto lugar, sendo eliminada nas quartas de final – a Alemanha conquistou o ouro na final contra a Suécia e a seleção americana ficou com o bronze. A *Placar*, não deu ênfase à colocação do Brasil nesse campeonato, mas sim à aparição de Marta no Mundial, atleta que demonstrou um futuro longo e promissor no futebol brasileiro.

Para Giglio (2007), no Brasil, o enaltecimento dos agentes é inerente ao subcampo futebolístico, como uma forma de construir a união entre a modalidade e a sociedade. Helal (2007) compreende que o prestígio dos atletas faz parte do futebol, pois enquanto um fenômeno de massa, não se sustenta sem a presença de estrelas, as quais atraem aos eventos a presença de pessoas que se tornam suas fãs. Vale destacar que, no campo esportivo, os ídolos são transformados em heróis, por meio das suas trajetórias de vida, que se tornam curiosas ao serem narradas pelos veículos de comunicação.

Suas trajetórias de vida rumo à fama e ao estrelato costumam ser narradas na mídia de forma mítica, conferindo uma maior dramaticidade às conquistas. No Brasil, estas narrativas das trajetórias de vida dos ídolos enfatizam sobremaneira a genialidade e o imprevisto como características marcantes e fundamentais para se alcançar o sucesso (HELAL, 2007, p. 135).

Patrick Moraes tratou da trajetória da jogadora desde sua infância²³, ressaltando a promessa que ela significava para o Brasil, sendo que foi goleadora no Pan-Americano com seis gols. “A mitológica camisa 10 da Seleção Brasileira [...] Mora no alojamento do Santa Cruz, Clube de Belo Horizonte ao qual está vinculada, não joga partidas oficiais pelo time há um ano e recebe apenas 200 reais mensais como ajuda de custo” (PLACAR, out. 2003, p. 19).

O texto demonstra que Marta superou várias dificuldades para atuar no futebol feminino, driblou a proteção do irmão, pois desde os seis anos ela queria jogar com os meninos. Posteriormente, ela enfrentou a resistência dos colegas que ficavam bravos em serem reservas e ela titular. Além disso, negociou com o professor de Educação Física da escola: em troca do futebol com os meninos, ela jogava o esporte proposto por ele. A jogadora estudou até a quinta série, depois foi para o Rio de Janeiro jogar futebol e, quando passou para a seleção, ganhava 630 reais por mês, treinando na Granja Comary. Moraes (2003) afirma que a participação de Marta na seleção deu a ela oportunidade em conhecer a seleção masculina. “O jeito decidido lhe rendeu o apelido Maria Bonita, dado pelo supervisor Paulo Dutra em alusão à mulher do cangaceiro Lampeão” (PLACAR, out. 2003, p.19).

Em 2003, outro fato que chamou atenção da revista no mundial, foi a escalação tardia de Milene Domingues, esposa do jogador de futebol Ronaldo no lugar de Tatiana (lateral-direita), cortada para dar lugar a Milene. A *Placar* provoca “[...] você já viu falar de um meia-atacante roubar a vaga de um lateral-direito? Soa estranho, não é? Mas não na Seleção Brasileira Feminina” (PLACAR, dez. de 2003, p. 16). Romano (dez. 2003, p. 16) destaca: “Corte Dolorido: Preterida da seleção para dar vaga a Milene Domingues, Tatiana tenta a volta por cima em Campeonato de favelas”. O time da jogadora tinha sido o melhor colocado no VII Campeonato Juvenil de Futebol Feminino de Favelas pela comunidade de São Cristóvão.

Segundo Mourão e Morel (2005), o *Jornal do Brasil* e o *Extra* relataram em setembro que essa convocação foi uma estratégia dos dirigentes, utilizada para proporcionar repercussão à seleção feminina no Mundial que ocorreria em 2003. No entanto, vale destacar que Milene recebeu críticas irônicas na *Placar* quando atuou como comentarista da Copa Ouro de futebol feminino em 2000, pela rede PSN. Segundo a revista, a senhora Ronaldinho se superou em realizar erros de concordância verbal. O leitor Altair Gomes, morador de São Paulo comentou:

²³ Os relatos realizados pela revista sobre a jogadora brasileira se assemelham com aqueles realizados em 1995 por *Placar* referente a jogadora americana Brandy Chestain comentado na página 85.

Na seção “Abrindo o jogo”, a revista retratou a tortura que foi acompanhar o torneio de futebol feminino realizado nos Estados Unidos. Os comentários de Milene Domingues foram sofríveis. Mas, infelizmente, não são só privilégio da PSN esses absurdos. Outras redes de televisão também teimam em contratar ex-jogadores e ex-juizes para fazer comentários nas transmissões esportivas. Com raras exceções, é besteira atrás de besteira. O mais duro de tudo isso é que a senhora Ronaldinho ganhou 40 mil dólares para falar todas aquelas bobagens. Lamentavelmente tem jornalista que não ganha isto por ano (PLACAR, dez. 2000, p. 105).

Em 2004, segundo Valporto (2006), os Jogos Olímpicos de Atenas reuniram o maior número de mulheres da história e a seleção brasileira teve uma excelente atuação, conquistando a medalha de prata. Nesse ano de ocorrência dos Jogos Olímpicos, Martins e Moraes (2007) evidenciaram a alta frequência de publicações sobre a seleção feminina, conferida pelos grandes meios de comunicação impressos. No entanto, na revista *Placar* foi possível encontrar somente um texto publicado por Katia Lessa²⁴ em outubro de 2004, referente a uma entrevista com a jogadora americana Hether Mitts, ganhadora do ouro em Atenas.

Dentre as perguntas realizadas pela repórter, a maioria era referente aos aspectos sexuais da atleta.

Existe algum jogador brasileiro que você acha bonito? Acho que todos são atraentes (risos). Mas eu presto mais atenção neles por causa do jogo. Tive a oportunidade de ver o Ronaldinho jogar na Filadélfia, [...] Tem também o Roberto Carlos e todos os jogadores brasileiros. Eles jogam muito bem. [...] Como é ser tão bonita e jogar tão duro? E se você levar uma entrada mais forte, quebrar alguma coisa? Eu sou pequena em relação às outras jogadoras, por isso preciso jogar duro para não sair perdendo. Já quebrei a perna duas vezes por causa disso. [...] Você já recebeu cantadas? Já recebi várias e nunca aceitei. Nem do seu namorado? Não. Eu o conheci porque a minha colega de quarto namorava o colega de quarto dele. Ele joga futebol americano na Filadélfia. Você já foi eleita a atleta mais linda do mundo. O que achou? Você curtiu o título? Eu fiquei muito surpresa porque havia outras atletas lindas [...] Quando ganhei, não acreditei (PLACAR, out. 2004, p. 58).

Por meio desses elementos, infere-se que permanecem as tentativas de a revista evidenciar a feminilidade e as questões sexuais das jogadoras de futebol, em detrimento da qualidade técnica, mesmo que isso ocorra com uma abordagem diferente da década de 1990.

Em junho de 2007, ano em que ocorreu o Mundial sediado na China, há um texto elaborado pela jornalista Flavia Ribeiro (jun. 2007, p. 27) na revista *Placar* “Retorno Zero: Sucessos recentes da seleção brasileira de futebol feminino não mudam a dura realidade das jogadoras”. Ribeiro (2007) lembrava que as futebolistas no país sofriam pela falta de clubes e

²⁴ Katia Lessa era também repórter da revista *Playboy*.

que, mesmo diante das conquistas como a medalha de ouro no Pan (2003), a prata nas Olimpíadas (2004), a modalidade voltou a ser esquecida pelos dirigentes do futebol. Vale destacar que esse texto foi publicado por uma mulher e traz uma abordagem diferenciada da publicação supracitada realizada por Katia Lessa, pois demonstra a importância da trajetória das atletas futebolistas.

As atletas que ganharam o ouro no Pan viviam em um alojamento em Caxias (RS), local que abrigava em véspera de jogo, 12 jogadoras em uma única casa com dois quartos. Kelly que jogou em Atenas, conquistando a medalha de prata relatou que “[...] o resultado não trouxe melhoras, vejo a medalha, mas pouca recompensa”. Grazielle Nascimento ressaltou que “Jogar futebol no Brasil não é fácil. Não tem salário, tem ajuda de custo” (PLACAR, jun. 2007, p. 27).

Vale lembrar a explicação de Mourão e Morel (2005) sobre o “efeito sanfona”, que ocorre em publicações sobre o futebol feminino nos meios de comunicação, ou seja, em períodos de competições, a frequência das matérias aumenta; mas quando os torneios se encerram, o futebol feminino volta a ser esquecido. Percebe-se que esse esquecimento transcende os veículos de comunicação, pois a modalidade é abandonada também pelos dirigentes e clubes.

Na edição lançada em setembro de 2007, a *Placar* destaca no sumário “Brasil que dá certo: Com Marta, seleção brasileira feminina tenta na China seu primeiro título de Copa do Mundo” (PLACAR, set. 2007, p. 8). O texto abordou a diferença manifesta pela sociedade brasileira em épocas de Copa feminina. A estreia da seleção em 12 de setembro, contra a Nova Zelândia, não teve alteração nas estruturas da cidade, os horários de trabalho não foram ajustados conforme os horários de jogo e o verde/amarelo não estavam impregnados nas ruas da cidade, como ocorre nos jogos da seleção masculina. Maranhão (set., 2007, p. 42) salienta que isso poderia ocorrer, pois é jogo de Copa do Mundo que vale uma estrela para o uniforme da seleção.

No entanto, o principal destaque do texto foi dado à jogadora Marta, “[...] a melhor do mundo, tenta o título Inédito para o Brasil. [...] Nada de Ronaldinhos, Zidanes, Mesis e Cannavaros. Em setembro, as estrelas do Mundial serão Mulheres – e a principal delas é brasileira...” (MARANHÃO, set. 2007, p. 42). Maranhão (2007) relata um pouco da trajetória da jogadora desde 2003, em seu primeiro Mundial, e as diversas conquistas da atleta mesmo diante das dificuldades.

Helal (1998) ressalta que as biografias dos heróis são traçadas por dificuldades relevantes socialmente, as quais podem ser verdadeiras, mas a intensidade conferida pela mídia contribui no processo de identificação dos fãs com o ídolo. A jogadora Marta enfrentou dificuldades no futebol feminino, que transcende o enfrentamento da pobreza como é relatado sobre a vida de muitos jogadores da seleção masculina, pois nesse subcampo, as atletas precisaram vencer o preconceito, os baixos salários, a falta de clubes e a precária estrutura da modalidade no país.

Não obstante, a jogadora Marta ganhou centralidade nacional e mundial devido às conquistas individuais. A FIFA elege um prêmio para a melhor jogadora do mundo desde 1991, segundo o qual Marta obteve terceiro lugar em 2004 e segundo em 2005. Posteriormente, em 2006, a atleta recebeu o título de melhor jogadora do mundo, que pela primeira vez foi conquistado por uma brasileira. Esse feito ocorreu novamente por quatro vezes consecutivas, em 2011 ela ficou em segundo e 2012 em terceiro, além de outros prêmios como Chuteira de Ouro e Bola de Ouro. Dessa forma, Helal (1998, p. 144) destaca que “[...] não basta o ato heróico de forma isolada. O herói tem que preencher outros requisitos para se firmar no posto”. Tendo em vista, que a sociedade também precisa reconhecer junto aos meios de comunicação esse processo de conquistas do herói.

A revista *Placar* mantém a exaltação de Marta e passa a apresentar a jogadora Cristiane, que começa a eclodir no futebol brasileiro, ganhando também terceiro lugar na premiação de melhor do mundo, em 2007. Maranhão (2007) ressalta o desempenho de Cristiane ao lado de Marta no Pan:

O grupo que viaja à China para a disputa do Mundial [...] tem Marta que em 2003, em seu primeiro Mundial, Marta tinha apenas 17 anos e já chamava atenção. Agora chega à Copa como melhor jogadora do mundo. E, o que é melhor numa seleção que não depende apenas do seu talento como ficou provado com as performances de jogadoras como a lateral esquerda Rosana Augusto e a atacante Cristiane no Pan (MARANHÃO, set. 2007, p. 42).

Além da exaltação de Marta e Cristiane, Maranhão mostra que o Brasil entrou para a lista de favoritos no Mundial de 2007, devido à conquista da prata no campeonato. Dessa forma, a *Placar* demonstra entusiasmo para os Jogos Olímpicos que ocorreram em Pequim, no ano de 2008. “Depois da prata em Atenas-2004 e do vice na Copa do Mundo deste ano, está na hora de a seleção liderada por Marta chegar ao Topo. Mas não será tão fácil - Alemanha, Estados Unidos e China são adversárias fortíssimas” (MARANHÃO, set. 2007, p. 41).

A revista *Placar* constrói, a partir de elementos enaltecedores, a legitimidade no subcampo futebolístico das jogadoras, sobretudo de Marta. Comparando as jogadoras a outros atletas, dentre eles jogadores de futebol masculino, assim é constituído um alto capital simbólico perante as outras jogadoras da seleção. É necessário lembrar que o talento e o esforço²⁵ individual das jogadoras destacado pela revista, colaboraram para a posição que elas adquiriram dentro do campo esportivo. O capital simbólico disposto pela revista em relação às jogadoras define o reconhecimento e o prestígio que as agentes adquiriram, quando comparadas a outras atletas da modalidade.

Bourdieu (2003) ressalta que os campos se estruturam fundamentados em propriedades, as quais diferenciam e distribuem os agentes. Essas propriedades podem ser identificadas como o volume de capital simbólico existente, que em maior ou menor grau são capazes de influenciar no espaço e modificar até mesmo as próprias regras do campo. Dessa forma, o capital acumulado por meio de investimentos ou transmitido por herança pode gerar vantagem ao seu possuidor. Segundo Bonnewitz (2003), o capital simbólico refere-se ao conjunto de rituais ligados à honra e ao reconhecimento, os quais constituem vantagens sociais. Assim, os discursos de um agente com alto capital simbólico possuem poder influenciador, podendo modificar realidades sociais, interiorizar *habitus*, na medida em que os indivíduos conferem legitimidade ao discursista. Portanto, compreende-se que, quando a revista *Placar* concede espaço para o posicionamento das atletas sobre a precariedade do futebol feminino no Brasil, pode estar colaborando de forma efetiva para o processo de melhoria da modalidade.

Assim como demonstra a edição de janeiro de 2008, na qual Alexandre Petillo mostra as dificuldades encaradas pelas jogadoras Marta e Cristiane em suas carreiras. Os salários baixos e a falta de estrutura dos clubes não colaboraram para o avanço delas como futebolistas nem para os feitos individuais que conquistaram até aquele momento. O texto intitulado “Beleza Roubada” demonstra que as atletas estavam apostando no futebol de outros países, como relata Cristiane: “Tenho propostas da Europa, onde o futebol feminino é tratado como profissional. No Brasil, nossa modalidade engatinha e ainda falta muito para a gente ser reconhecida” (PLACAR, jan. 2008, p. 22).

Em maio de 2008, a revista denomina Marta e Cristiane como “Superpoderosas: Com duas das três melhores jogadoras do mundo, seleção feminina vai a Pequim com mais

²⁵ Para Helal (2007), o talento é inato e o esforço pode ser considerado uma crítica, pois significa dizer que o jogador não é talentoso. Os textos da revista ora tratam as jogadoras como esforçadas, ora como talentosas.

currículo que a masculina...” (PLACAR, mai. 2008, p. 30). A crítica à seleção masculina é referente à eliminação nas quartas de final ocorrida no Mundial da Alemanha, quando, segundo a *Placar*, perdeu feio também para a seleção feminina, naquele momento vice-campeã olímpica.

Dessa forma, Braga (2008) apresenta o principal objetivo das atletas naquele momento: conquistar o ouro em Pequim, algo desafiador diante das 12 melhores equipes participantes do campeonato. Mas, a *Placar* mostra acreditar no potencial da dupla Marta e Cristiane através do relato do técnico Jorge Barcellos: “São duas das três melhores do mundo. Nem no masculino estamos tão bem assim” (PLACAR, mai. 2008, p. 30).

No *Guia de Pequim* (2008), observa-se que Marta aparece comparada a outros grandes nomes do esporte “Dois Ídolos: A craque Marta e o Medalhado Scheidt [...] Só o ouro salva: Pródiga em prêmios individuais, Marta busca um título inédito com o Brasil” (PLACAR, sem mês, 2008, p. 30). O texto exaltava a atleta, relatando que se o futebol feminino é lembrado sazonalmente no Brasil, Marta era exceção, pois vinha se destacando internacional e nacionalmente em competições, levando o Brasil a se tornar vice-campeão Mundial em 2007, quando foi artilheira e eleita a melhor jogadora do mundo.

Mesmo diante das conquistas individuais da atleta, a revista destaca as constantes vezes em que o Brasil bateu na trave, ficando em segundo lugar no pódio; e sobre uma medalha de ouro, Marta ressalta: “É um sonho que buscamos há tempo” (PLACAR, 2008, P. 34).

Em dezembro de 2011, ano em que ocorreu o Mundial na Alemanha, as brasileiras tiveram 100% de aproveitamento na primeira fase, ganhando da Austrália, Noruega e Guiné Equatorial. Breiller Pires reforçou as exaltações sobre a jogadora Marta e trouxe novamente características essencialistas de gênero para lembrar as atletas da seleção. “Meninas sem salto alto: Apoiada na estrela de Marta, seleção feminina trabalha o aspecto psicológico para que o favoritismo não atrapalhe a busca do tão sonhado primeiro título mundial” (PLACAR, jun. 2011, p. 30). Apresentada como protagonista da seleção diante de seus feitos individual, o texto indicava que agora era a hora da seleção ganhar com ela.

Breiller (2011) destaca o técnico da seleção Kleiton Lima, afirmando que ele entendia a “cabeça das mulheres”, pois ganhava a confiança delas, fazendo com que fossem fiéis a suas instruções. “Não se trata de um Don Juan moderno. Ele é Kleiton Lima, técnico da seleção feminina de futebol, o homem com a missão de comandar o Brasil rumo a seu primeiro título de expressão” (PLACAR, jun. 2011, p. 31).

No entanto, quando o Brasil perdeu para os EUA, por sofrer um gol nos acréscimos do jogo e foi derrotado nos pênaltis, a revista *Placar* modificou sua abordagem, e de forma pejorativa relatou lances do jogo que as brasileiras haviam ganhado: “Amarelou: Maurine mira a cabeça da norueguesa, mas acerta a bola, enquanto Andrea voa no rabo de cavalo da jogadora de Guiné Equatorial, tentando espantar o perigo” (PLACAR, ago. 2011, p. 20).

O texto demonstrou decepção devido à ausência de uma medalha, ressaltando que nem Marta nem as outras 10 jogadoras da seleção foram suficientes para passar pelas norte-americanas. Dessa forma, as japonesas fizeram o que a seleção brasileira não fez, ganharam a Copa e com isso as brasileiras voltassem mais uma vez com o segundo lugar na competição.

Em seguida, a revista voltou a expor a espetacularização do corpo das jogadoras com roupas sensuais ou nuas. Marcos Sergio Silva mostrou a seleção da Alemanha, anfitriã do Mundial de 2011, “Pelada na várzea alemã: Anfitriã do mundial, seleção da Alemanha tira a camisa (E todo o resto) e nem leva amarelo” (PLACAR, jul. 2011, p. 84).

O texto mencionava que na Copa do Mundo de futebol feminino, as “boas” anfitriãs mostraram mais do que somente a bola no pé e realizaram um ensaio fotográfico para revista *Playboy* na Alemanha. Destaca-se que em 2004 as jogadoras da seleção australiana também posaram nuas com o objetivo de arrecadar dinheiro para a modalidade, sendo assim, a tática utilizada pelas agentes no subcampo funcionou, tanto que a seleção australiana disputou o Mundial na Alemanha. O texto compara, ainda as atletas do time espanhol Torrejón, as quais também posaram nuas, no entanto elas não são tão atraentes como as alemãs ou australianas.

O corpo das atletas de alto rendimento atende aos requisitos técnicos que a modalidade exige, mas diante da espetacularização da beleza e da sensualidade de mulheres, veiculada por revistas como *Playboy* e *Placar*, as atletas se utilizam dessas estratégias para acumular capital, seja financeiro, simbólico ou social. Segundo Salvini (2012, p. 22).

As jogadoras incorporam – inconscientemente – disposições para a ação no subcampo do futebol que atendam tanto aos anseios físicos do jogo, quanto aos anseios da espetacularização e da legitimação do corpo feminino no esporte de acordo com as leis dos diferentes campos.

Em 2012, os Jogos Olímpicos ocorreram em Londres, onde a seleção norte-americana conquistou o ouro e a japonesa a prata. A *Placar* novamente exaltou a dupla Marta e Cristiane, no sentido de elas salvarem a seleção brasileira em mais um campeonato. Em julho, a revista ressaltava o 11º gol que Cristiane realizou em Jogos Olímpicos na estreia do jogo entre Brasil e Camarões. Esse feito foi exemplificado através de Ronaldo, que se tornou ícone

do futebol masculino, “Cristiane imita Ronaldo e entra para a história” (PLACAR, jul. 2012, p. 3). O texto relata as conquistas do jogador e, posteriormente, demonstra que ele é o exemplo da artilheira Cristiane, que jogou também pelo Corinthians.

Na sequência, a *Placar* chama atenção para a trajetória do Brasil nos jogos Olímpicos, “Escoladas com a prata, Marta e Cia. evitam chuteira de salto alto” (PLACAR, jul. 2012, p. 13). Tendo em vista que a seleção bateu duas vezes na trave, ficando na segunda colocação. Dessa forma, o intento era não criar muitas expectativas, pois, segundo Marta, “Todo mundo está achando que somos as favoritas, mas acho que nesse momento temos que deixar as especulações de lado para não interferir de maneira negativa” (PLACAR, jul. 2012, p. 13).

Mesmo sem criar muito entusiasmo como nos outros anos, a cobertura da revista nos Jogos Olímpicos de Londres demonstra acreditar que o Brasil poderia perder somente para as seleções fortes como EUA, Japão, Alemanha. Pois, a revista demonstra animação na vitória de Grã-Bretanha contra Nova Zelândia (1x0), tendo em vista que elas não colocavam a seleção brasileira em risco no jogo que ocorreria na próxima fase, ao passo que teoricamente a Grã-Bretanha tinha apresentado muitas dificuldades nos seus jogos até aquele momento.

No entanto, como o futebol é uma caixa de surpresas, o Brasil perdeu para a seleção da Grã-Bretanha. Assim, a *Placar* coloca o peso em Marta, jogadora que ao mesmo tempo em que é exaltada pela revista, também carrega a responsabilidade das derrotas. “O fator Marta: Nossa camisa 10 deu sete chutes a gol, dos quais quatro foram para fora” (PLACAR, ago. 2012, p. 17). Essa derrota trouxe uma dificuldade maior no caminho para o ouro, pois o Brasil não pegaria o Canadá nas quartas de final, equipe que a *Placar*, novamente, compreende como fraca, mas sim a seleção japonesa, atuais campeãs do mundo. Sendo assim, a revista enfatiza que Marta precisaria ter um bom desempenho e jogar muito como ela fez em torneios anteriores, para vencer as japonesas e só assim escapar das americanas, obtendo a chance de repetir a prata como em Atenas e Pequim. Ou seja, a revista não acreditava que a seleção conquistaria o ouro como demonstrou acreditar na cobertura realizada no início do campeonato.

A *Placar* voltou a focar na dupla Cristiane e Marta, tratando a primeira pelo apelido de “Ronaldinha”. A revista ressalta o entrosamento e o carinho que ocorre entre as jogadoras, percebido durante o primeiro jogo do Brasil contra Camarões.

Figura 11 - Placar, julho de 2012.



A revista expõe uma publicação sobre o jogo entre Brasil e Japão “Seleção feminina encara favoritas japonesas” (PLACAR, 2012, ago p. 20), trazendo um discurso de esperança por meio dos relatos das jogadoras Marta e Cristiane “[...] orientais não são bicho papão. [...] A gente ta tranquila, sabe que o Japão é uma ótima equipe. Mas não há nada que faça com que a gente tenha medo. [...] É procurar acertar e corrigir. Não pode acontecer o que aconteceu com a Grã-Bretanha” (PLACAR, ago. Ed. 9, 2012, p. 20-21).

Entretanto, a seleção perdeu para as japonesas (2x0) e se despediu dos Jogos Olímpicos nas quartas de final. Diante desse acontecimento, a edição especial de Londres publica em agosto “Ronaldinha critica planejamento da CBF. [...] Toda vez que a seleção feminina perde, seja em Olimpíada ou Mundial, a história se repete. As jogadoras reclamam da falta de visibilidade e a CBF promete fortalecer o esporte no país” (PLACAR, ago. Ed. 11 2012, p. 6).

O desabafo da jogadora Cristiane ressalta que no Japão existem duas divisões de campeonatos, enquanto no Brasil a CBF organiza apenas a Copa do Brasil. Além disso, a modalidade encontra-se em um estado horrível, pois não existe apoio ao futebol feminino no país. Jorge Barcellos, técnico da seleção concorda com a jogadora e justifica a derrota do Brasil contra as japonesas. O ex-técnico Kleiton Lima critica a forma que a CBF conduz o futebol feminino. No entanto, vale salientar que sua demissão ocorreu por desavenças com os dirigentes da entidade.

Percebe-se, inicialmente, que existe uma supervalorização do futebol da seleção, em especial pela participação de Marta e Cristiane, ao acreditar na impossibilidade de derrota das brasileiras frente a Grã-Bretanha, pois segundo *Placar* era uma equipe considerada teoricamente fraca. No entanto, após o confronto, emergiram fatores nos textos publicados que passam a justificar o insucesso das brasileiras.

Vale lembrar o artigo de Freitas Jr. (2012), demonstrando por meio dos textos produzidos no *Jornal do Sports*, como se constrói a esperança nos torcedores brasileiros na realização de um sonho, o qual seria consumado mediante a conquista de uma medalha de ouro. O autor visualiza a emersão de fatores que buscam justificar as derrotas da seleção brasileira masculina. Nesse sentido, pode-se observar nos textos publicados pela revista elementos que justificam os fracassos da seleção feminina nos campeonatos, principalmente naqueles em que não se conquista nenhuma medalha. Esses elementos justificadores são frequentemente definidos como a fragilidade estrutural do futebol feminino no Brasil; a instabilidade financeira das atletas e de contratos com clubes; a desvalorização da CBF com a seleção feminina e a irresponsabilidade das atletas, denominada pela *Placar* como intrigas nos Jogos Olímpicos de 2000, quando elas tiveram desentendimentos com os dirigentes.

Em 2015, edição da Copa do Mundo que ocorreu no Canadá, a revista contemplou Marta no sumário da edição de julho “Hoje sim? Hoje não. Perseguindo o primeiro título mundial na categoria, o Brasil de Marta, jogava bem e não havia sofrido um gol sequer na Copa do Mundo feminina” (PLACAR, jul. 2015, p.6). No entanto, o texto relata que devido à falha da goleira Luciana, a seleção australiana obteve vitória sobre o Brasil, que encerrou sua participação nas oitavas de final.

A revista *Placar* evitou criticar Marta como em outros anos, quando colocou o triunfo da seleção na responsabilidade da atleta, mas atribuiu a derrota ao mau desempenho individual da goleira Luciana. Com o encerramento da participação da seleção no campeonato, nenhum texto foi publicado; somente em novembro, a *Placar* mostrou que a jogadora Marta não obteve lugar como pré-candidata de melhor do mundo. Infere-se que a revista, como uma torcedora que se decepciona com seu time, se desilude com a seleção feminina e com o decorrer do tempo o favoritismo de antes, diminui.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A construção dessa dissertação mostrou que as publicações da revista *Placar* sobre a seleção de futebol feminino refletem o percurso histórico e cultural da sociedade brasileira. Isso foi possível devido à utilização dos pressupostos teóricos de Pierre Bourdieu, os quais foram essenciais para compreender que o periódico estudado, já que está inserido em um campo, articulado a outros campos sociais. Dessa forma, entende-se que a revista *Placar*, agente do campo jornalístico e do esportivo, em muitas vezes, refletiu a lógica de uma sociedade hierárquica e patriarcal, em que as mulheres sofrem os vestígios da subordinação e da dominação masculina. Por outro lado, seu conteúdo representou a luta feminina em um espaço predominantemente masculino e masculinizante.

Vale lembrar essa luta através do histórico do futebol feminino no Brasil, já relatado neste estudo, que demonstra os motivos colocados por grande parte da sociedade que geraram barreiras para as mulheres que tentavam fazer parte deste espaço. Nesse sentido, o conceito de gênero proposto por Joan Scott nos permite compreender as relações existentes nesse processo histórico do futebol feminino. Para esta autora, o gênero é produzido por meio das relações sociais e institucionais com base nas diferenças entre os sexos biológicos. A autora questiona como se constroem os significados culturais sobre essas diferenças que hierarquizam os sujeitos nos espaços sociais. Assim, a categoria gênero é compreendida como uma categoria analítica, sendo uma forma de dar sentido às relações de poder e possibilitando compreender os símbolos e os significados construídos culturalmente sobre o masculino e o feminino (SCOTT, 1990).

Portanto, percebe-se que os obstáculos apresentados mediante influências, políticas como o Decreto-Lei 3.199, e influências culturais que determinavam as características do gênero feminino, estavam subsidiadas nas diferenças anátomo-fisiológicas entre os sexos. Os significados culturais da feminilidade ideal para uma mulher eram acionados sempre que necessário para proibir a prática do futebol, modalidade conhecida como violenta e não adequada ao corpo frágil da mulher. Diante disso, as jogadoras de futebol foram lutando, mesmo que silenciosa ou estrategicamente para inserção e atuação no subcampo futebolístico. A revista *Placar* reflete em seu conteúdo essas lutas, ao relatar as trajetórias e as dificuldades de jogadoras como Michel Jackson, Pretinha, Marta, entre outras. Em contrapartida, reforçam o preconceito em relação a elas na medida em que difundem os padrões normativos e hegemônicos de gênero, classe e raça como ideais às jogadoras de futebol. Dessa forma, as

atletas que não estivessem de acordo com as normas de feminilidade construídas culturalmente e fossem heterossexuais, eram evidentemente descriminadas pela revista na década de 1990.

Outras categorias como raça e classe social foram evidenciadas na análise, na medida em que a revista retrata que mulheres brancas e ricas, as mesmas que tinham seus corpos sensualizados, estavam substituindo as jogadoras que vinham da periferia, pobres e negras, as quais efetivamente representavam a seleção brasileira nas competições Olímpicas e Mundiais. Nesse sentido, conclui-se que houve a tentativa de elitização do futebol feminino, visto que a revista, equivocadamente, direciona a prática do futebol feminino somente para mulheres da elite.

O periódico utiliza definições essencialistas de feminilidade para se referir à seleção quando enfatiza a necessidade de as futebolistas cuidarem esteticamente de seu corpo com a utilização de cremes, maquiagem, entre outros itens relacionados à beleza. Além disso, acionam termos associados aos aspectos de feminilidade, como “sem salto alto”, para se referir à técnica futebolística das atletas. Essas concepções de gênero são colocadas de forma engessada e binária, isto é, ser mulher é o oposto de ser homem, não considerando o tempo histórico e o contexto de cada sociedade.

Os atributos de beleza, delicadeza e, sobretudo, sensualidade, caracterizados como naturais ao sexo feminino, foram acionados para espetacularizar o corpo das futebolistas. Infere-se que houve uma estratégia da revista *Placar* para atrair o público leitor masculino; no mesmo sentido, as jogadoras se beneficiaram, por meio de um capital físico para ganhar legitimidade no futebol e na revista. O capital técnico pouco foi mencionado pela revista, sobretudo na década de 1990. Assim, o corpo das atletas era mais enfatizado para atender às necessidades de espetacularização posta pela revista, do que da modalidade.

Diante da análise realizada nesta dissertação percebe-se um percurso fatigante e repleto de estratégias, involuntárias ou conscientes, das futebolistas para inserção e legitimação no futebol, espaço de dominação masculina. Dentre essas estratégias, evidencia-se a interiorização de disposições pelas jogadoras para atuação nesse subcampo e legitimação nos meios de comunicação, especificamente neste estudo, na revista *Placar*. Entende-se que, devido ao estigma de homossexualidade e pouca feminilidade que pairavam sobre as jogadoras, a *Placar* passa a exaltar os cuidados corporais relacionados à feminilidade normativa, disposições interiorizadas pelas jogadoras para atender à necessidade da revista em destacar o corpo e a sensualidade das futebolistas.

Os elementos relatados até aqui confirmam a primeira hipótese levantada neste estudo, apontando que os conteúdos dos textos publicados pela revista *Placar*, associam as jogadoras da seleção a elementos ligados a questões de gênero, classe e raça.

A hipótese de que a revista passa a enfatizar e conferir maior reconhecimento em relação aos aspectos futebolísticos da dupla Marta e Cristiane, em detrimento de outras jogadoras da seleção, foi confirmada durante a pesquisa, diante do número de textos encontrados que abordaram as jogadoras. Além disso, percebe-se que os conteúdos enfatizam o talento e o esforço das atletas, as quais superaram as dificuldades históricas e culturais da modalidade. Dessa forma, tornaram-se estrelas, as quais foram identificadas por seus fãs pelos atos heroicos, devido às suas trajetórias de vida. A revista *Placar* vislumbra a jogadora Marta como um incentivo à Cristiane e a outras jogadoras, bem como ela se torna o impulso para que a seleção traga o ouro em um Mundial ou Jogos Olímpicos. Essas exaltações conferem maior visibilidade para as jogadoras e constituem um público leitor da modalidade, tendo em vista que os mesmos buscam acompanhar seus ídolos.

A teoria de Scott (1990) trouxe um avanço para o conceito de gênero, ao transcender o caráter descritivo e utilizá-lo como uma categoria analítica, levantando questionamentos na forma como o gênero funciona nas relações e dá sentido às organizações sociais. Assim, no campo específico do jornalismo, a revista *Placar* também passa por uma transição na forma como retrata as jogadoras da seleção feminina, pois, em um primeiro momento, enfatiza a narração dos aspectos de gênero das atletas. Isso implicou na posição da mulher no campo esportivo, pois serviu para hierarquizar as relações de poder no futebol e deu sentido à organização da modalidade. No entanto, na medida em que a revista passa a dar ênfase na parte técnica e aos feitos individuais de Marta e Cristiane, conscientemente ou não, a *Placar* traz um cunho menos descritivo de gênero, pois retrata as características próprias do futebol, legitimando as jogadoras efetivamente na modalidade e não por aspecto de beleza e sensualidade, os quais serviam para tornar o corpo da mulher um objeto para o outro.

No entanto, embora tenha ocorrido essa mudança editorial, vale destacar que, quando a *Placar* publica sobre os grandes feitos da dupla Marta e Cristiane, ela compara com parâmetros masculinos. Além disso, é importante perceber que, após 25 anos, a revista confere uma relativa visibilidade a somente duas jogadoras de futebol feminino. Dessa forma, essas afirmações demonstram que algumas marcas permanecem, pois a categoria gênero continuou atravessando a produção das publicações da revista.

A hipótese que identifica a baixa frequência de publicações sobre a seleção brasileira de futebol feminino na *Placar*, nos períodos de competições, foi confirmada, na medida em que foram encontrados 58 textos (unidades) publicados em 34 edições, dentre as 130 revistas a que se obteve acesso efetivamente. Nos períodos de Jogos Olímpicos, encontrou-se maior cobertura da revista sobre a seleção feminina, comparado aos anos de Mundiais, sendo assim, infere-se que a *Placar* considera o primeiro campeonato mais relevante em detrimento do segundo. Diante desse levantamento, verificou-se que o texto encontrado sobre a seleção feminina em Olimpíadas teve média de 8,2 ao ano, e em Mundiais 2,83 publicações por ano.

Constatou-se que nos dois períodos houve a baixa frequência de publicações sobre a seleção feminina em relação a outras modalidades, sobretudo ao futebol masculino, foco de publicação específica da revista.

Conclui-se que a baixa frequência causa a invisibilidade do futebol feminino e que essas questões estão embasadas em questões culturais e históricas, que transcendem o aspecto puramente econômico. O *habitus* que direciona o olhar do jornalista e a lógica deste campo pode influenciar na escolha do que publica um articulista, bem como na periodicidade dessas publicações. Dessa forma, percebe-se que a *Placar* é um periódico que pertence ao setor de revistas masculinas da editora Abril e é direcionada a tal público. Essa lógica, possivelmente, influencia na baixa frequência de publicações sobre futebol feminino e na abordagem do mesmo, quando publicado pela revista.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Rosângela de Sena. S. Futebol feminino no Brasil: memória e discursos da mídia impressa. In: FAZENDO GÊNERO, IX, 2010, Florianópolis. **Anais...** Florianópolis: UFSC, 2010. p. 1-8.

AZNAR, R. M. Impacto Social de La Envidia. El Sustrato de Los estereótipos Culturales. In: BELTRÁN, M. Teresa L.; TOMÉ M. José J. & BENÍTEZ, Eva M. G. (Eds.) **Violencia y Género**. Tomo I, MÁLAGA (CEDMA)- ACTAS, 2000.

AZUBEL, L. L. R. Jornalismo de revista: um Olhar Complexo. (**Intercom**) Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Fortaleza. Set. 2013. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2012/lista_area_DT1-JI.htm> Acesso em: 01 ago. 2017.

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

BORRELLI, V. **Jornalismo como atividade produtora de sentidos**. 2008. Disponível em: <www.bocc.ubi.pt/pag/borelli-viviane-jornalismo-actividadesentidos.pdf>. Acesso em: 04 mai. 2017.

BONNEWITZ, P. **Primeiras lições sobre a sociologia de Pierre Bourdieu**. Petrópolis: Editora Vozes, 2003.

BOURDIEU, P. **Razões Práticas: Sobre a teoria da ação**. Campinas, São Paulo: Papirus 1996.

_____. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertand Brasil, 2003.

_____. The Political Field, The Social Science Field, and the Journalistic Field. In: Rodney Benson; Erik Neveu. **Bourdieu and the Journalistic Field**. Estados Unidos da América (EUA). Polity Press, 2005, pp. 29-47.

_____. **Os Usos Sociais da ciência: por uma sociologia clínica do campo científico**. São Paulo: UNESP, 2004.

_____. **A dominação masculina**. Rio de Janeiro: Bestbolso, 2014.

_____. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

_____. **Coisas ditas**. São Paulo: Editora brasiliense, 1987.

BUTLER, J. **Problemas de gênero: feminismos e subversão da identidade**. Trad. Renato Aguiar. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

CHIARIONI, Bruno; KROEHN, Márcio. **Onde o esporte se reinventa**: histórias e bastidores dos 40 anos de *Placar*. São Paulo: Primavera Editorial, 2010.

COSTA, Carlos. **A revista no Brasil do século XIX**: a história da formação das publicações, do leitor e da identidade do brasileiro. São Paulo: Alameda, 2012.

DAOLIO, J. A construção cultural do corpo feminino, ou o risco de transformar meninas em “antas”. In: **Cultura**: educação física e futebol. 2ª ed. Campinas: Editora da UNICAMP, 2006, p. 107-122.

DAMATTA, R. et al. **Universo do Futebol**: Esporte e Sociedade Brasileira. Rio de Janeiro: Pinakothèque, 1982.

DARIDO, S. C. Futebol feminino: do seu início à prática pedagógica. **Motriz**, Rio Claro, v. 8. n. 2, p. 1-7, ago. 2002.

FRANCO, M. L. P. B. **Análise de Conteúdo**. Brasília: Liber Editora, 2008.

FRANZINI, F. Futebol é “coisa pra macho”? Pequeno esboço para uma história das mulheres no país do futebol. **Rev. Bras. Hist.**, São Paulo, v. 25, n. 50, p. 1-15, dez. 2005.

FREITAS JUNIOR, Miguel A. de. Plano Paulo Machado de Carvalho: um projeto modernizador ou uma tentativa de civilizar os jogadores brasileiros? **Record: Revista de História do Esporte**, v. 7, n. 1, p. 1-33, jan-jun, 2014.

_____. Copa do Mundo de 1950: a cultura da desculpa como justificativa de um fracasso. In: _____.; CAPRARO, A. M.. (Orgs.). **Passe de letra**: crônica esportiva e sociedade brasileira. Ponta Grossa: Vila Velha, 2012. p. 118-147.

GABRIEL, B. J. **A cobertura acerca da seleção brasileira de futebol feminino realizada pelo caderno de esporte do jornal Folha de S.Paulo (1991-2011)**. 2015, 230 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais Aplicadas) – Universidade Estadual de Ponta Grossa, Ponta Grossa, 2015.

GIGLIO, S. S. **Futebol**: Mitos, ídolos e heróis. 2007, 160 f. Dissertação (Mestrado em Educação Física) – Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2007.

GOELLNER, S. V. Mulher e esporte no Brasil: entre incentivos e interdições elas fazem história. **Pensar a Prática**, 2005; v. 8, p. 85-100.

_____. **Bela, maternal e feminina**: imagens da mulher na revista Educação Física. Ijuí: Unijuí, 2003.

GONÇALO JÚNIOR. **O Homem Abril**: Cláudio de Souza e a história da maior editora brasileira de revistas. São Paulo: Opera Graphica Editora, 2003.

HELAL, R. Cultura e Idolatria: ilusão, consumo e fantasia. In: ROCHA, E. (Org.). **Cultura e Imaginário**: Interpretação de filmes e pesquisa de idéias. Rio de Janeiro: Mauad, 1998. 135-150.

_____. As idealizações de sucesso no imaginário brasileiro: um estudo de caso. In: HELAL, R.; SOARES, A. J.; LOVISOLO, H. **Mídia, Raça e Idolatria**: A invenção do país do futebol. Rio de Janeiro: Mauad, 2007. 135-156.

LOURO, G. L. **Gênero, sexualidade e educação**: uma perspectiva pós-estruturalista. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2003.

MARANHÃO, M. A Copa do Mundo é delas. **Placar**, set. 2007.

MARCZAL, Ernesto Sobocinski. “**O caneco é nosso**”: futebol, política e imprensa entre 1969 e 1970. 347f. Dissertação (Mestrado em História) – Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2011.

MARTINS, Ana Luiza. **Revistas em revista**: imprensa e práticas culturais em tempos de República, São Paulo (1890-1992). São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo: Fapesp, 2008.

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

MEYER, D. E. Gênero e educação: teoria e política. In: LOURO, G. L. Et al. (orgs). **Corpo, gênero e sexualidade**: um debate contemporâneo na educação. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2003.

MORAES, E. V. **As mulheres também são boas de bola**: histórias de vida de jogadoras baianas (1970 -1990). 2012, 287 f. Tese (Doutora em História). Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2012.

MORAES, L. A. Ditadura militar: a memória jornalística como parte da revisão histórica. **Revista Brasileira de História da Mídia**, v. 3, n. 2, p. 33-41, jul./dez. 2014.

MOURÃO, L. Representação social da mulher brasileira nas atividades físico-desportivas: da segregação à democratização. **Movimento**, Rio Grande do Sul, v. 6, n.13, p. 5-18, 2000.

MOURÃO, L.; MOREL, M. As narrativas sobre o futebol feminino: o discurso da mídia impressa em campo. **Revista Brasileira Ciência do Esporte**, Campinas, v. 26, n. 2, p. 73-86, jan. 2005.

MOURA, E. **As relações entre lazer, futebol e gênero**. 2003, 112 f. Dissertação (Mestrado em Educação Física) – Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2003.

PAIM, M. C. C. STREY, M. N. Violência no contexto esportivo. Uma questão de gênero? **Revista Digital Ef. deportes**. Buenos Aires, Año 12, nº 108, p. 1/1, mai. 2007.

PEREIRA, M. C.; FREITAS Jr., M. A. O gênero feminino na prática futebolística da educação física escolar: os reflexos do *habitus* sexista. **Revista Digital Educación Física y Deportes**, Año 22, Nº 230, p. 1/1, jul, 2017.

PEREIRA, L.P. Eu sou Bad, **Placar**, jul. 1996, p. 99.

PONTES, F. S.; SILVA, G. Mídia noticiosa como material de pesquisa: recursos para o estudo de produtos jornalísticos. In: BOURGUGNON, J. A. JUNIOR, C. R. O. (Orgs.). **Pesquisa em ciências sociais: interface, debates e metodologias**. Ponta Grossa: Todapalavra, 2012. p. 29-77.

RIAL, Carmen. Guerra de imagens, imagens da guerra. *Cadernos Pagu*, n. 47, 2016. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/cpa/n47/1809-4449-cpa-18094449201600470013.pdf>>. Acesso em: 09 nov. 2017.

ROCCO JÚNIOR, A. J.; BELMONTE, W. Da informação ao entretenimento: análise do jornalismo esportivo brasileiro pela trajetória da Revista *Placar*. In: XIX Congresso de ciências da comunicação na Região Sudeste (INTERCOM), v.1, 2014, Espírito Santo. **Anais**. 2014. P.1-15.

ROMANET, Ignácio. **A tirania da comunicação**. Rio de Janeiro: Vozes, 1999.

SAFFIOTI, H. **Gênero, patriarcado e violência**. São Paulo: Expressão popular/Fundação Perseu Abramo, 2015.

SALDANHA, R. M. **Placar e a produção de uma representação de futebol moderno**. 2009, 99 f. Dissertação (Mestrado em Ciências do Movimento Humano de Educação física). Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2009.

SALVINI, L. **Novo Mundo futebol clube e o “velho mundo” do futebol**: considerações sociológicas sobre o *habitus* esportivos de jogadoras de futebol. 2012, 182 f. Dissertação (Mestrado em Educação Física) - Universidade Federal do Paraná – UFPR. Curitiba, 2012.

_____; JÚNIOR W.M. Velhos tabus de roupa nova: o futebol feminino na revista *Placar* entre os anos de 2000-2010. **Praxis**, Goiás, v. 1, n. 2, 2013.

_____; JUNIOR. W. M. Registros do futebol feminino na revista *Placar*: 30 anos de história. **Motrivivência**, v.28, n. 49, p. 99-113, dez. 2016.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de revista**. São Paulo: Contexto, 2003.

SCAVONE, L. Estudos de gênero: uma sociologia feminista? **Estudos feministas**, v. 16, n. 1, p. 173-186, Florianópolis, jan.abr, 2008.

SCOTT, J. Gênero: Uma Categoria Útil Para Análise Histórica. **Educação e Realidade**, Porto Alegre, v.16, n.2, p. 5-22, jul.dez, 1990.

SILVA, M. V. **Masculino, o gênero do Jornalismo: Um estudo sobre os modos de produção das Notícias**. 2010, 250 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação) -

Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2010.

SILVEIRA, R. Copa do Mundo de 2006: O que elas escreveram na Folha de São Paulo. **Pensar a Prática**, 10/1, p. 133-152, jan./jun. 2006.

SOUZA, L. S. **Futebol feminino no país do futebol**: Trajetórias de Jogadoras de um time de futsal. 2009, 93 f. Monografia (Graduação em Educação Física) - Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2009.

SOUZA, J. P. **Elementos de Teoria e Pesquisa da Comunicação e dos Media**. Porto: Edições Universidade Fernando Pessoa, 2006.

SOUZA JR., O. M.; DARIDO, S. C. A prática do futebol feminino no ensino fundamental. **Motriz**, Rio Claro, v. 8, n. 1, p. 1-9, jan./abr. 2002.

TEIXEIRA, Fábio Luís Santos; CAMINHA, Iraquitan de Oliveira. Preconceito no Futebol Feminino Brasileiro: Uma Revisão Sistemática. **Revista Movimento**, v. 19, n. 01, p.265-287, Porto Alegre, jan/mar de 2013.

TRAQUINA, N. **Teorias do jornalismo, porque as notícias são como são**. 2 ed. Florianópolis: Insular, 2005.

UNZELTE, C. D. **FUTEBOL EM REVISTA NO BRASIL: DOS PRIMEIROS TÍTULOS À RESISTENTE PLACAR**. 2015, 227 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) Faculdade Cásper Líbero. São Paulo, 2015.

VALPORTO, O. **Atleta, substantivo feminino**: vinte mulheres brasileiras nos jogos olímpicos. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2006.

ANEXO A



MINISTÉRIO DA CULTURA
Fundação BIBLIOTECA NACIONAL

**TERMO DE RESPONSABILIDADE PARA UTILIZAÇÃO DE IMAGENS DO ACERVO
DA FUNDAÇÃO BIBLIOTECA NACIONAL**

Eu, Marcela Caroline Pereira,
portador (a) do documento RG nº 104624316, na qualidade de

☒ pessoa física

☐ representante legal do (a) _____

_____, CNPJ nº _____, domiciliado(a) à

Rua Mandarin, 72

Colônia Dona Luiza, Ponta Grossa, PR, declaro:

a) Concordar que não será autorizada a reprodução de originais que possuam fac-símiles, negativos ou diapositivos ou cópias digitais, em razão da necessidade de preservação do acervo. Nesses casos serão usadas as reproduções existentes;

b) Utilizar as reproduções do acervo da Fundação Biblioteca Nacional cujas referências vão relacionadas ao final para única e exclusiva reproduções em:

Publicação acadêmica, do tipo Dissertação de mestrado, pela instituição UEPG

(uso não comercial) com o título: A Seleção Brasileira de Futebol Feminino em 1999

c) Estar de acordo em mencionar o crédito à Fundação Biblioteca Nacional por ocasião da sua utilização na forma: "Acervo da Fundação Biblioteca Nacional - Brasil"

d) Assumir o compromisso de não utilizar as imagens em outros trabalhos, edições, tiragens e publicações que não os especificados na presente solicitação e não repassar a terceiros as reproduções que me forem cedidas

e) Estar ciente que o descumprimento desta disposição acarretará na suspensão temporária do acesso do usuário ao serviço de reprodução da Fundação Biblioteca Nacional pelo prazo de 6 meses.

Relação dos documentos a serem reproduzidos:

Placar - 1988

Local de guarda: Coordenadoria de Publicações Seriadas

Rio de Janeiro, 12 de julho de 2017

Autorizado em 12-jul-17

Marta C. Pereira ASSINATURA
Carla Rosana Chaves de Faria RESPONSÁVEL PELO ACERVO

Carla Rosana Chaves de Faria
 Coordenadora de Publicações Seriadas
 Fundação Biblioteca e Arquivo
 Mar. 1000 11000

Relação dos documentos a serem reproduzidos:

Fluor 2008

Fluor 2011

Fluor 2012

" 2015

Local de guarda: Coordenadoria de Publicações Seriadas

Rio de Janeiro, 11 de julho de 2017

Autorizado em 11-jul-17

Flávia C. Lima ASSINATURA
Grisele R. P. Lima RESPONSÁVEL PELO ACERVO
 (Coordenadora de Publicações Seriadas)
 (Coordenadoria de Publicações Seriadas)
 (Coordenadoria de Publicações Seriadas)

Relação dos documentos a serem reproduzidos:

Phar. 1441

Phar. 1446

Local de guarda: Coordenadoria de Publicações Seriadas

Rio de Janeiro, 10 de julho de 2017

Autorizado em 10-jul-17

Marcia S. Lima ASSINATURA

P. M. Silva RESPONSÁVEL PELO ACERVO

Coordenadoria de Publicações Seriadas
Biblioteca Nacional
Rua da Assembleia, 100
20030-000 Rio de Janeiro, RJ