

**Pátria das chuteiras?
A desvalorização do futebol feminino
A perspectivas de agendamento nas páginas esportivas**

HELENA MENDONÇA¹; FÁBIO CRUZ²

¹Universidade Federal de Pelotas– *h.mendoncacosta@gmail.com*

²Universidade Federal de Pelotas– *fabiosouzadacruz@gmail.com*

1. INTRODUÇÃO

Desde meados dos anos de 1920 o futebol já se constituía como esporte do Brasil. Mesmo o esporte sendo uma “festa” e amado pelos brasileiros, a mídia relutava em ceder espaço para o gênero esportivo e conforme afirma Paulo Vinícius Coelho (2013), “os jornais dedicavam espaços mínimos para o que já parecia ser uma grande paixão nacional”.(pg.11) Porém, a coisa mudou e chegamos ao estado atual da mídia, em que o jornalismo esportivo se consolidou tendo o futebol como carro chefe, no Brasil, talvez em grande parte do mundo.

Contudo é possível perceber que a mulher está em segundo plano quando o assunto é futebol. Campeonatos precários, divulgação precária. Verificamos que os meios de comunicação, na maioria das vezes não abrem o devido espaço para as competições femininas.

A mídia é a principal responsável pela construção de mitos esportivos no imaginário social. Hoje ela (a mídia) cria e destrói heróis esportivos. As pessoas compraram o esporte e consomem seu material, mas e o futebol feminino? Onde ele se encontra? Por que ele não consegue alcançar um espaço equivalente nas redações dos jornais? Necessitamos buscar entender e se questionar o porquê deste problema, pois como em pleno século XXI, no país do futebol, a modalidade feminina não possui um espaço adequado nos diferentes meios de comunicação?

Sendo assim, este estudo vem para entender e observar como é realizada a construção de matérias nas páginas voltadas ao esporte, tendo como motivação a falta de matérias relacionadas ao futebol feminino, pois entendemos a importância da valorização da mulher no esporte. Por conta disso, utilizaremos, para embasar este estudo, a hipótese de Agenda *Setting*. Segundo Clóvis de Barro Filho (1995), a ideia central do que hoje conhecemos como agenda setting já havia sido apontada por outros estudiosos, antes mesmo de McCombs e Shaw apresentassem o célebre artigo sobre a função de estabelecimento das agendas pública e política pelos mass media. De acordo com o autor, em 1922 Walter Lippmann, em seu livro denominado *Public opinion*, foi um dos primeiros a discorrer sobre o papel e a influência da imprensa em relação ao receptor, quando se referiu ao modo pelo qual as pessoas chegavam a conhecer o mundo exterior a sua própria existência.

Essa hipótese faz parte dos estudos norte-americanos em comunicação e pertencem ao paradigma funcionalista que reúne diversas pesquisas preocupadas em refletir e localizar as funções dos meios e os efeitos causados sobre a audiência. Essa procura do entendimento dos efeitos dos meios de comunicação na opinião pública produziu uma vasta literatura sobre a agenda-setting. Porém, os estudos são aplicados, em sua maioria, em períodos de campanhas eleitorais. Wolf (SD) acredita que a hipótese do agenda-setting é apenas parte de uma "teoria geral sobre a mediação simbólica e sobre os efeitos de realidade exercidos pelos mass media".

Entendemos por hipótese de agenda setting o poder que a mídia possui em influenciar a agenda das pessoas. Diferente do que pensavam os seguidores da já superada Teoria Hipodérmica (bala mágica) que acreditavam que os receptores das mensagens eram passivos e que todos acabavam tendo o mesmo grau de influência em relação aos meios de comunicação, ou seja, a mídia tinha o "poder" de dizer o que pensar.

Na perspectiva dos estudiosos desta hipótese, a mídia é apresentada como agente modificador da realidade social, estabelecendo para o público receptor sobre o que se informar, configurando um poder que os meios de comunicação exercem sobre a opinião pública.

2. METODOLOGIA

Pensando auxiliar na compreensão do fenômeno estudado, o agendamento nas páginas esportivas de um jornal diário de grande circulação no estado, Zero Hora, em busca de matérias relacionadas ao futebol feminino pelo período de três meses, antes, durante e depois das Olimpíadas Rio 2016, entendemos que é necessário utilizar técnicas para que a pesquisa seja efetivamente analisada.

Ressaltamos que essa será uma pesquisa qualitativa em que a quantidade de matérias relacionadas ao tema não será relevante para o estudo, desde que constatemos que houve o agendamento de fato e como o mesmo se deu.

Buscando garantir a objetividade desta pesquisa, consideramos utilizar o método fenomenológico, proposto por Edmund Husserl (1859-1938), e apontado por Antônio Carlos Gil no livro Métodos e Técnicas de Pesquisa Social (1987). Segundo Gil (1987), o método fenomenológico “consiste em mostrar o que é dado e esclarecer este dado” (pg.33). Assim, não vamos buscar explicar o que está subjetivo nas páginas dos jornais, mas sim analisar o que está escrito. De acordo com o autor a escolha de trabalhar com o método fenomenológico pode vir a ser enriquecedor ao trabalho, pois, assim, somente captaremos o que é essencial no fato.

Todavia, entendemos a necessidade de trazer métodos específicos para auxiliar esta pesquisa, garantindo a objetividade e a precisão no estudo deste trabalho. Por conta disso, lidaremos com dois métodos específicos relacionados e combinados. O primeiro deles é o método observacional, que se dá pela necessidade de colher informações referentes ao contexto onde desenvolveremos a referida pesquisa.

“O método observacional é um dos mais utilizados nas ciências sociais e apresenta alguns aspectos curiosos. Pode ser considerado o mais primitivo e, portanto, o mais impreciso. Mas, por outro lado, pode ser tido como um dos mais modernos, visto ser o que possibilita o mais elevado grau de precisão nas ciências sociais”. (GIL, 1987, pg.35)

Assim, com este método, pretendemos obter dados básicos para a investigação, por meio de uma avaliação direta, a partir da observação do público alvo, ou seja, os jornais diários.

Já o segundo processo utilizado para amparar e trabalhar essa pesquisa é o método comparativo que terá o papel de oportunizar a comparação de forma que possamos identificar as diferenças e semelhanças no papel da mídia na construção de notícias esportivas. De acordo com Gil (1987), “sua ampla utilização nas ciências sociais deve-se ao fato de possibilitar o estudo

comparativo de grandes grupamentos sociais, separados pelo espaço e pelo tempo”. (pg.35)

Além destas duas metodologias específicas entendemos que se faz necessário o uso de outras técnicas para completar a investigação. As demais técnicas utilizadas são, respectivamente, a pesquisa documental e o estudo de caso.

O uso da análise documental no campo da comunicação não apresenta a mesma tradição observada nas áreas da História, Medicina, Direito, Psicologia, Educação, Ciências Contábeis. Neste caso, o uso da pesquisa documental costuma ser utilizado para verificar e apreciar documentos para um determinado fim.

Segundo Moreira (2006) essa análise “compreende a identificação, a verificação e a apreciação de documentos para determinado fim”. Na maioria das vezes as fontes analisadas são de origens secundárias, a pesquisa em questão será realizada através de análises de um jornal impresso diário, reforçando o comentário da autora.

Assim como os outros métodos, esse será utilizado de maneira qualitativa, onde será verificado o teor, o conteúdo do material que será analisado, bem como a relevância que o mesmo tenha.

De acordo com Marcia Yukiko Matsuuchi Duarte, o estudo de caso é considerado um método qualitativo. Ele investiga um fenômeno contemporâneo dentro do contexto atual. A autora nos traz diferentes abordagens para o mesmo método, porém, neste trabalho, a definição usada será a de Yin que, segundo DUARTE (2006), é a “estratégia preferida para responder a questões do tipo como e porquê”.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Até o presente momento o trabalho está em andamento. Estamos passando pelo processo de análises das reportagens que envolvem o futebol feminino. Esperamos que até o momento da apresentação já possamos

4. CONCLUSÕES

A importância deste estudo se dá justamente pelo pouco espaço que é reservado ao futebol feminino no jornalismo, não somente na disseminação de informações sobre o tema, mas também no âmbito acadêmico. Ainda é pouco explorado o papel que a mídia exerce ao não legitimar o futebol feminino como um esporte digno de uma midiatização decente. Assim, esperamos que com este trabalho conseguir, além de identificar como funciona o processo de agendamento de notícias esportivas, refletir sobre como o futebol feminino é desvalorizado no país que tem no futebol referência mundial.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AMARAL, L. Técnica de Jornal e Periódico.** 2ed. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1978.
- BEZERRA, P. R. M., O Futebol Midiático: uma reflexão crítica sobre o jornalismo esportivo nos meios eletrônicos,** 2008, disponível em <http://www.ufrgs.br/infotec/teses07-08/resumo_7568.html>, acesso em 10/Novembro/2015.
- BOURDIEU, P. Sobre a Televisão: a influência do jornalismo e os Jogos Olímpicos.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1997.
- BRUHNS, H. T. Futebol, Carnaval e Capoeira: Entre as gingas do corpo brasileiro.** Campinas - SP: Papirus, 2000.
- COELHO, P. V. Jornalismo Esportivo.** 4ed. São Paulo: Contexto, 2013.
- COUTO, J.G. Futebol Brasileiro Hoje.** São Paulo. Publifolha, 2009.
- DAMATTA, Roberto. Universo do futebol: esporte e sociedade brasileira.** Rio de Janeiro: Pinakotheke, 1982,
- DARIDO, S. C. Futebol Feminino no Brasil Do seu Início à Prática Pedagógica.** Disponível em <http://www.campeoesdofutebol.com.br/leitura/futebol_feminino_suraya_darido.htm>, acesso em 10/Setembro/2015.
- DUARTE, M. Y. M. D. Estudo de caso** In: DUARTE, J.; BARROS, A. (Org.) Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação. São Paulo: Atlas, 2006. Cap 14. Pag 215-235
- FILHO, C.B. Ética na comunicação: da informação ao receptor.** São Paulo. Moderna. p. 169-206. 1995
- FILHO, L.C. Educação física no Brasil: a história que não se conta.** Campinas. Papirus, 1991
- GIL, A.C.. Métodos e técnicas de pesquisa social.** São Paulo. Atlas. 1987.
- HOHLFELDT, A. Os estudos sobre a hipótese de agendamento.** Rev. FAMECOS. Porto Alegre. nº 7 . p.42-51. 1997. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/2983/2265>>, acesso em 30/agosto/2015
- HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz Claudio; FRANÇA, Vera Veiga. Teorias da comunicação: Conceitos, escolas e tendências.** 12ed. Petrópolis. Vozes. p.187-203. 2012.
- MARTINS, L.T, MORAES, L. O futebol feminino e sua inserção na mídia: a diferença que faz uma medalha de prata.** Rev. Pensar a Prática 10/1: 69-81, jan./jun. 2007. Disponível em: <<http://www.revistas.ufg.br/index.php/fef/article/view/33360/17630>>, acesso em 2/Setembro/2015.
- MORAES, E. V. Fazendo gênero e jogando bola.** Salvador. Edufba, 2014.
- MOREIRA, S. v. Análise documental como método e como técnica.** In: DUARTE, J.; BARROS, A. (Org.) Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação. São Paulo: Atlas, 2006. Cap 17. Pag 269-279
- SANTOS, D. S.; MEDEIROS, A. G. A. O futebol feminino no discurso televisivo.** Rev. Bras. Ciênc. Esporte, Florianópolis, v. 34, n. 1, p. 185-196, jan./mar. 2012. Disponível em: < http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0101-32892012000100013&script=sci_arttext>, acesso em 10/Setembro/2015.
- SOUZA, J. S. S.; KNIJNIK, J. D. A mulher invisível: gênero e esporte em um dos maiores jornais diários do Brasil.** Rev. bras. Educ. Fis. Esp., São Paulo, v.21, n.1, p.35-48, jan./mar. 2007, disponível em

<http://www.revistas.usp.br/rbefe/article/view/16642>, acesso 28/Agosto/2015.

SOUZA P.J. A teoria do agendamento e as responsabilidades do jornalista ambiental: uma perspectiva ibérica, disponível em
<<http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-teoria-do-agendamento.pdf>>,
acesso em 15/Setembro/2015.

WOLF, M. Teorias da comunicação. Lisboa. 8ed. Presença. SD.