

A mulher invisível: gênero e esporte em um dos maiores jornais diários do Brasil

CDD. 20.ed. 796.05

Juliana Sturmer Soares SOUZA*
Jorge Dorfman KNIJNIK**

*Universidade
Presbiteriana
Mackenzie.
**Escola de Educação
Física e Esporte,
Universidade de São
Paulo.

Resumo

Um dos setores que exerce um papel fundamental na construção de mitos esportivos no imaginário social é a mídia. É ela que cria, reforça e destrói heróis esportivos, transmite imagens positivas ou negativas sobre os atletas, suas realizações e eventos. Alguns estudos internacionais têm mostrado como a cobertura esportiva da mídia privilegia os homens atletas em detrimento das mulheres. Assim, os objetivos desse trabalho foram: quantificar a cobertura da Folha de São Paulo de esportes masculinos e femininos através de uma análise percentual do número de reportagens; verificar o tamanho das reportagens por meio da média geral do número de palavras; e a frequência com que se utilizam comentários relacionados ao gênero nas reportagens. Os dados foram coletados entre os dias 9 de agosto e 9 de setembro de 2002 e entre 3 de fevereiro e 3 de abril de 2003. Os resultados quantitativos apontaram para diferenças de até cerca de 700% entre a cobertura de homens e mulheres. O tamanho das reportagens também apresentou uma grande diferença. A análise de forma demonstrou que os homens são mais vezes citados por suas habilidades atléticas do que as mulheres, que recebem mais citações em relação a sua aparência física. Estes resultados demonstram que no Brasil, como em outros países, as mulheres esportistas continuam a serem pouco representadas pela mídia, apesar do crescente número de mulheres que participam e são bem-sucedidas no esporte.

UNITERMOS: Esporte; Gênero; Mídia.

Introdução

O Brasil, conhecido mundialmente como o 'país do futebol', possui aproximadamente 170 milhões de habitantes, dos quais grande parte acompanha e vibra com os vários esportes praticados aqui e no mundo. Além disso, e muito mais do que o futebol, milhares de brasileiros praticam diferentes modalidades, e em diversos níveis, competitivos ou não. Em algumas modalidades, atletas brasileiros vêm conseguindo destaque internacional no alto rendimento - sem citar o esporte bretão, o Brasil tem alcançado ótimas performances no voleibol, no basquetebol, e mesmo em modalidades individuais, como o judô, o tênis, entre outras. Há um ministério no país para tratar especificamente de assuntos de esporte, e a própria população demonstra grande apreço por atividades esportivas, sempre lotando as praças e ginásios em que ocorrem eventos

significativos - de juvenis a adultos, de esportes aquáticos ou terrestres, de homens e mulheres.

Em relação às mulheres, o número destas em competições esportivas vem crescendo a cada ano no país. Nos Jogos Olímpicos de Sidney (2000), elas já representaram mais de 40% da delegação de atletas brasileiros. No entanto, apesar do crescente número de mulheres participando do esporte de competição, vê-se claramente que estas ainda estão submetidas a diversos padrões e modelos de comportamento marcados por ranços seculares, sobretudo no que se refere aos estigmas relacionados ao corpo e à sexualidade das atletas. E estes estereótipos estão indubitavelmente ligados à mídia esportiva, que os reproduz cotidianamente em seus diversos veículos, muitas vezes priorizando estes aspectos àqueles vinculados ao rendimento esportivo propriamente dito das atletas.

Assim, cabe perguntar como vem ocorrendo esta relação entre a mídia e a mulher que pratica esporte no Brasil. A mulher - atleta, e as competições femininas, têm ganhado espaço na mídia? E se aparecem, de que forma elas têm sido retratadas? O tratamento seria semelhante àquele dado ao homem e suas competições, ou, inversamente, tem privilegiado estereótipos que apenas reforçam desigualdades de gênero, mostrando a mulher em posições submissas, ou mesmo apelando para sua aparência física em detrimento de suas capacidades atléticas?

Desta forma, o *foco* desta pesquisa é discutir as relações sociais de gênero no esporte. Esta discussão é gerada pelo levantamento de dados quantitativos coletados na cobertura esportiva de jornais impressos no país, mais especificamente em um dos maiores jornais diários do Brasil, a Folha de São Paulo.

Tendo como pano de fundo tanto as relações entre esporte e mídia, bem como as abordagens teóricas sobre o conceito de gênero, é feita uma análise não somente sobre o número de aparições de homens e mulheres atletas, mas também do quanto as normas tipificadas e não escritas sobre o gênero - aquilo que ROMERO (1994) chamou de normalização da sociedade no tocante aos aspectos pessoais vinculados aos símbolos estereotipados do que se quer feminino ou masculino, de forma oposta e excludente, em determinado grupo social - influenciam na cobertura jornalística dos esportes. Esta discussão é possível de ser realizada a partir de um dos critérios de análise que aqui foram adotados, qual seja, a quantificação das *marcas de gênero* (futebol *feminino*, vôlei *masculino*, por exemplo) presentes nas reportagens sobre homens e mulheres esportistas.

As *estratégias* empregadas para se atingir o objetivo desta pesquisa foram:

- Quantificação da cobertura feita por um dos maiores jornais diários do Brasil, a Folha de São Paulo, de esportes praticados por homens e mulheres;

- Verificação do tamanho das reportagens de esportes praticados por homens e mulheres;

- Verificação da frequência com que se utilizam comentários relacionados ao gênero nas reportagens.

Tendo por base os estudos realizados internacionalmente, e os objetivos aqui traçados, as seguintes *hipóteses* foram levantadas:

H1- Espera-se que o número de reportagens feitas sobre a participação masculina no esporte seja maior do que o número de reportagens sobre a participação feminina no esporte;

H2- Espera-se também que o tamanho das reportagens sobre a participação masculina no esporte seja maior do que as reportagens sobre a participação feminina.

H3- Acredita-se que as reportagens envolvendo mulheres no esporte terão mais comentários relacionados ao gênero, utilizarão termos que infantilizam a mulher (tais como: “menina”, “garota”, “jovem mulher”) e farão mais anotações relacionadas à aparência das atletas do que as reportagens sobre homens no esporte.

Considerando-se que uma maior exposição na mídia pode criar imagens positivas que ajudem na captação de recursos e patrocínios valiosos e duradouros, essenciais para a sobrevivência do atleta; que esta mesma visibilidade pode influenciar positivamente crianças e jovens a se envolverem de forma sadia nas práticas esportivas; e que a mulher, ao adentrar no campo esportivo deveria ser portadora dos mesmos direitos e de igual tratamento por parte da mídia que o homem - torna-se de suma importância observar e refletir como a mídia brasileira tem se comportado em relação à participação feminina no esporte, no sentido de apresentar dados que espelhem com clareza esta relação, ainda controversa, entre a presença da mulher no esporte de rendimento e a cobertura da imprensa.

Mídia, imagens e imaginário coletivo

A imprensa, também denominada nas democracias de *quarto poder* (ao lado dos poderes Judiciário, Legislativo e Executivo), exerce forte influência sobre os diversos campos da vida humana na atualidade. Ao produzir imagens de todos os tipos - fotografias, anedotas, textos, entre outras - a mídia fortalece o que se chama de imaginário social coletivo - isto é, as representações que os vários grupos sociais fazem de determinados eventos e

personagens, os mitos e “idéias gerais” que nem sempre coincidem com a verdade, mas que são as versões mais difundidas.

Esta grande visibilidade que algumas pessoas e certos acontecimentos conseguem na e por meio da mídia, acaba como que impondo uma “regra social”: a mídia escolhe e seleciona os fatos e as pessoas que serão destaque. Nos dizeres de LOBO, o processo ganha uma crueldade tamanha que a existência social dos fatos

fica como que condicionada a sua aparição na mídia, eles apenas existem “[...] na medida em que a *mídia os molda e constrói*. [...] Se algo não foi veiculado, *não existiu*”. (LOBO, 2003, p.3).

Ou seja, se é por meio da mídia que atualmente, são filtrados e decodificados diversos processos de mediação social - da política às transações comerciais, passando por encontros amorosos e programas educacionais, as identidades de gênero e sexuais também aí aparecem e são ilustradas, amiúde por meio de estereótipos os quais reforçam preconceitos, estigmas e, muitas vezes, chegam a efetivar discriminações contra aqueles (as) que não se enquadram nos esquemas pré-moldados.

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

O esporte e a mídia

Em décadas passadas, o esporte já era reconhecido como um acontecimento de dimensões marcantes. CASTELLANI FILHO (1997) o considerou como um dos fenômenos culturais mais importantes do mundo contemporâneo, e justamente em virtude desta importância o esporte ocuparia um enorme espaço nas páginas da mídia impressa. BOUET (1998) apontou que o esporte intervém e participa de todas as grandes problemáticas sociais, da educação à política, passando por questões demográficas, geográficas e mesmo jurídicas. Entretanto, o autor destaca que os estudos sociológicos sobre o impacto do esporte nas sociedades contemporâneas acabaram por transformar o próprio “status” deste objeto, pois deixaram cristalina a sua real dimensão, qual seja, sua capacidade mesma de integrar e até explicar os conflitos e a evolução histórica dos agrupamentos sociais.

Mais recentemente, ao discutir a história do esporte a partir de uma ótica das relações sociais de gênero construídas ao longo dos processos históricos que consolidaram as práticas esportivas nas sociedades ocidentais, GOELLNER (2004) salienta a grande abrangência e visibilidade que o esporte possui na

contemporaneidade, adentrando o cotidiano dos moradores tanto das pequenas cidades como das grandes metrópoles. Para a autora, o esporte arrebatava as pessoas, seja na condição de participante, mas, sobretudo naquela de espectador, sendo uma prática de tal forma envolvente que mobiliza paixões e sentimentos, “(...) convocando a nossa imediata participação” (GOELLNER, 2004, p.361).

Já GOMES, SILVA e QUEIRÓS (2004), ao questionarem a aparente neutralidade existente no esporte do ponto de vista do gênero, apóiam-se nas teorias de Norbert Elias para mostrar que o caráter civilizador do esporte em nossas sociedades, assim como a sua linguagem praticamente universal, favorece com que este seja um fenômeno de grande importância na história da humanidade, projeção esta ampliada “(...) quando a ciência estabelece relações inequívocas entre a actividade física, a saúde e o bem-estar das populações” (GOMES, SILVA & QUEIRÓS, 2004, p.176).

KNIJNIK e SOUZA (2004) reforçam a idéia da importância do esporte na sociedade contemporânea, e da potencialização de suas imagens em função de seu entrelaçamento com a mídia; os autores, pesquisando a formação de novas identidades individuais no início do século XXI, perceberam o quanto a mídia é uma das chaves para se estudar esta constituição identitária, e que a difusão das imagens esportivas em nível global nas diferentes formas de mídia acaba por possuir um enorme peso nesta construção de identidades pessoais e mesmo sociais.

Desta forma, percebe-se o quanto a imbricação entre esporte e mídia é clara e poderosa. Os meios de comunicação, em suas diversas modalidades, acompanham de perto tudo que acontece no mundo dos esportes, levando essas informações para um grande número de pessoas (VARGAS, 1995). São dezenas de publicações específicas sobre esporte, canais de televisão exclusivos, programas de rádio, jornais especializados. Isso faz com que as imagens e representações sobre o mundo esportivo sejam em grande parte influenciadas pela mídia, uma vez que a grande maioria das pessoas só toma contato com eventos esportivos através da imprensa (KOIVULA, 1999).

Esta situação também determina quase que uma dependência do esporte de competição em relação à mídia; as federações esportivas e os próprios atletas se adequam às exigências desta, como por exemplo, à grade de programação dos meios de comunicação para buscar mais destaque, aparições e possíveis patrocinadores, mesmo que isto vá de encontro com os desejos e o próprio ritmo dos atletas - ilustração

disso é a ocorrência de jogos logo após o almoço, no início da tarde, hora geralmente muito quente em diversos países, quando muitos atletas aproveitam para descansar e cochilar, seja por costume ou mesmo seguindo recomendação de seus técnicos.

A mídia e o esporte são interdependentes, e é consenso que um é indispensável para o outro, isto é, o esporte vende a mídia e a mídia vende o esporte. A relação entre o esporte e a mídia impressa também possui um benefício financeiro mútuo. Uma pesquisa realizada por Clarke's, em 1984, demonstrou que dois terços dos leitores de jornais gostariam que mais espaço fosse dedicado aos esportes. Os benefícios para o esporte são a publicidade gratuita e a cobertura de seus eventos (URQUHART & CROSSMAN, 1999).

Sem a cobertura da mídia, a popularidade e o rendimento gerado por espectadores comerciais de esportes seriam seriamente limitados. Informações sobre eventos geram interesse, e este gera renda da venda de ingressos, cabines de honra, concessões, estacionamento, mercadorias com o logo do time e direitos de imagem (COAKLEY, 2001).

Entretanto, mesmo ocupando este grande espaço nos meios de comunicação, o esporte ainda é ao mesmo tempo um dos setores que apresenta continuamente uma grande desigualdade no trato e nas oportunidades entre homens e mulheres - e também permanece um campo que procura enrijecer e mesmo antagonizar o feminino do masculino. Basta lembrar as contínuas polêmicas relativas aos uniformes das atletas de várias modalidades, quando importantes dirigentes esportivos declaram e até exigem que os uniformes das atletas seja mais 'sensual', adequado àquilo que eles identificam com a beleza feminina, conforme relataram KNIJNIK e VASCONCELLOS (2003) em

estudo sobre o campeonato paulista feminino de futebol.

A mídia é capaz também de promover grandes ídolos, fazendo com que estes, com suas atitudes, se tornem modelos para milhares de crianças e jovens que muitas vezes se espelham nestes ídolos para manifestar seus interesses, emoções, e mesmo formar sua experiência de vida. A mídia também pode favorecer o envolvimento das pessoas com a prática esportiva saudável, por meio de programas que estimulem a participação esportiva, e hábitos avessos ao sedentarismo da vida moderna.

Porém, o que diversas pesquisas ao redor do mundo vêm mostrando é que meninas e mulheres têm poucas atletas em quem possam se espelhar, porque, apesar das atletas estarem sendo bem-sucedidas nos esportes, suas conquistas têm sido constantemente ignoradas pela mídia. Essa falta de exposição da participação feminina no esporte faz com que a sociedade acredite que este não é importante e não merece atenção (TOOHEY, 1997).

As diferenças que existem no tratamento dado pela mídia aos homens e às mulheres que praticam esporte foram estudados em diversos trabalhos. FINK (1998), por exemplo, apontou que apenas 15% de toda cobertura esportiva dos jornais norte-americanos eram sobre atletas mulheres, e ainda que apenas 5% da cobertura televisiva eram de mulheres no esporte. Na pesquisa realizada por KOIVULA (1999) na Suécia, 86,7% do tempo de cobertura foi destinado a homens no esporte, 11,7% para mulheres no esporte. Essas pesquisas também consideram as possíveis conseqüências que isso pode ter na construção social de gênero e diferença entre mulheres e homens, na estratificação da sociedade pelo gênero, e no crescente aumento do mito que sustenta a passividade e a fragilidade da mulher.

Gênero e construção de desigualdades sociais

Desde antes do nascimento nosso mundo é moldado pelas relações de gênero. Nossos pais, professores, amigos e técnicos se dirigem a nós como meninos ou meninas. O tratamento diferenciado dado a meninos e meninas é consistente na produção de independência e eficácia nos meninos, e sensibilidade, emotividade e dependência nas meninas. Gênero é uma influência tão persuasiva na sociedade que é muito difícil apontar sua dimensão (GILL, 1994).

Como qualquer outra identidade (étnica, profissional, racial, religiosa, política) as identidades sexuais são historicamente construídas. A idéia de que somos originalmente divididos em dois sexos começou a ganhar força no século XVIII. Antes disso, a medicina considerava que havia apenas um sexo, o masculino, e a mulher era a representante inferior desse sexo. Sexo tinha como referência os órgãos reprodutores do homem, sendo a mulher descrita como um homem invertido, tudo nela era

para dentro: os ovários eram testículos internos; a vagina, um pênis interior; o útero era o escroto; a vulva, o prepúcio (COSTA, 1995).

Porém, no final do século XVIII, começou a se construir a idéia de diferença dos sexos, já que os ideais igualitários da revolução democrático-burguesa tinham que justificar a desigualdade entre homens e mulheres, com fundamento numa desigualdade natural. A sexualidade feminina começou a ser definida como original e radicalmente diferente daquela do homem, existindo diferenças quanto a sua habilidade para exercer papéis na vida pública. No final do século XIX e início do século XX, a “diferença dos sexos” era uma idéia compulsoriamente imposta pela realidade biológica humana (COSTA, 1995).

Sendo originário das construções teóricas do feminismo a partir da década de 70, o conceito de gênero vem sofrendo transformações e evoluções, e mesmo é definido de forma diferente por correntes de pensamento diversas. Entretanto, se este conceito derivou-se dos estudos sobre mulher, considerar a perspectiva teórica de gênero significa, para LOURO (1996), se opor a biologização das identidades: enquanto sexo designa a caracterização anátomo-fisiológica dos seres humanos e, no máximo, a relação

sexual propriamente dita, *gênero se refere à construção social de sujeitos*, a partir de suas identificações com símbolos femininos e masculinos.

Segundo NICHOLSON (2000) a palavra gênero pode ser usada de duas maneiras distintas e até mesmo contraditórias. Por um lado, “gênero”, que descreve o que é socialmente construído, é usado em oposição a “sexo”, que descreve o que é biologicamente dado. Por outro lado, “gênero” pode ser utilizado como referência a qualquer construção social que tenha a ver com distinção entre masculino/feminino, inclusive as construções que separam corpos “femininos” de “masculinos”.

Apesar do avanço da mulher no mundo esportivo e delas superarem paulatinamente os estereótipos e preconceitos relacionados ao gênero, a sociedade insiste na manutenção destes. Ainda se trata a mulher de forma diferenciada em relação ao homem. Os meios de comunicação, em especial, se preocupam em remarcar a relação do esporte com as vidas pessoais, familiares e profissionais das atletas, destinando o pouco tempo disponível das atletas, para que elas mostrem as glórias de serem mulheres e cumprirem com os papéis de mãe, esposas, amigas e estudantes ou trabalhadoras (ANTÚNEZ, 2001).

Esporte e relações sociais de gênero

As mulheres tiveram que lutar muito para assegurar um espaço no mundo dos esportes: desde o prestígio hierárquico dos homens, passando pela relativa menor exposição das mulheres esportistas pela mídia, e pelas premiações mais baixas que as atletas de ponta recebem em relação aos homens; chegando a menor participação das mulheres em eventos esportivos como os Jogos Olímpicos. O “status” dessas mulheres continua sendo marginal. Ideologias poderosas que questionam a feminilidade e orientação sexual das atletas permanecem sendo mobilizadas contra as atletas até os dias de hoje (DUNNING & MAGUIRE, 1996).

Feminino e masculino ocupam espaços diferenciados em termos de poder. A associação naturalizada homem/masculino e mulher/feminino não deixa escolhas. O domínio do masculino é o público, o político e nele se inserem princípios de força, racionalidade, atividade, objetividade. O domínio do feminino é o privado, o doméstico ao qual se conjugam fragilidade, emoção, passividade, subjetividade. Essa distinção é acentuada com a

naturalização dos seres humanos. Os homens seriam, “por natureza” mais corajosos, mais violentos, mais racionais; já as mulheres, “por natureza”, estariam mais propensas ao choro, à histeria, ao amor. E assim, baseados em critérios “naturais”, nasceram as atividades ligadas ao sexo: esportes masculinos e esportes femininos (GONÇALVES, 1998). Devido a essa estreita relação que existe entre esporte de rendimento e masculinidade, as mulheres atletas enfrentam variadas formas de discriminação (KOLNES, 1995).

No imaginário social coletivo, as conquistas esportivas estão comumente associadas à velocidade, força e resistência; flexibilidade, equilíbrio e graça, ficam em segundo plano. O esporte assim definido favorece aos homens e colabora para a construção social da hegemonia masculina. Ao mesmo tempo, as performances e os corpos dos homens são colocados como metas para a medição de toda conquista atlética, enquanto que as performances e corpos femininos servem como uma referência negativa (LENSKYJ, 1998).

Em nossa sociedade, os garotos são elogiados por sua competitividade e agressividade - e as meninas por sua submissão e charme. Em competições e eventos esportivos as diferenças entre homens e mulheres são dissipadas pelo desempenho e quebra de recordes reconfigurando a identidade feminina. A prática esportiva oferece um espaço para que as mulheres adquiram respeitabilidade e reconhecimento social, destruindo falsos estereótipos femininos associados à fraqueza física e psicológica (ALONSO, 2003).

A mídia tem um papel importante no controle e na trivialização das atletas de elite. A imagem da mulher no esporte se tornou o oposto da imagem masculina na mídia esportiva. Enquanto os homens são descritos em relação às suas conquistas, competitividade, força física e psicológica, e a coragem em jogar mesmo quando seriamente machucados; as mulheres são descritas em relação a sua aparência física, sua feminilidade, seu comportamento não-competitivo e seus relacionamentos (KOLNES, 1995).

A vontade de vitória, garra, luta pelo espaço e destruição simbólica do adversário, que estão presentes no mundo esportivo, requerem ações bruscas dos atletas, sejam homens ou mulheres. Com as mulheres atletas é comum que atitudes mais ríspidas sejam deturpadas e levem ao preconceito, surgindo insinuações dúbias e piadas estigmatizantes, como se esse tipo de atitude fosse de domínio masculino (KNIJNIK & VASCONCELLOS, 2003).

Para mulheres que atuam em modalidades nas quais o domínio é masculino, o preconceito e a discriminação são ainda maiores. No futebol brasileiro isso é muito claro. As futebolistas brasileiras têm alcançado ótimos resultados internacionais, porém continuam desconhecidas para o grande público (KNIJNIK & VASCONCELLOS, 2003). Muitas destas mulheres estão engajadas em parecerem femininas quando praticam esportes socialmente considerados e representados masculinos, tais como futebol e handebol. Para elas é importante serem aceitas tanto como mulheres quanto como atletas de elite.

Desenvolvimento da pesquisa

Material e metodologia

A partir dos objetivos indicados no início do trabalho, a metodologia empregada nesta pesquisa procura auferir a cobertura do caderno de esportes da Folha de São Paulo sob a ótica de gênero. Os dados quantificados, no entanto, nos permitiram ir além da quantificação de reportagens. Ao se quantificar, sobretudo as “marcas de gênero”, foi possível efetuar comparações com textos de jornal, cujas discussões comprovam a diferenciação no tratamento de homens e mulheres no esporte.

Amostra e delimitação do estudo

Serviuiu como amostra deste estudo o caderno de esportes do jornal Folha de São Paulo no período entre 9 de agosto e 9 de setembro de 2002 e entre 3 de fevereiro e 3 de abril de 2003, obtendo um total de 2125 reportagens. A escolha de dois períodos ocorreu para que pudéssemos justamente visualizar, em diferentes momentos, como este jornal retratava homens e mulheres em suas páginas de esporte, sem correr o risco de alguma deturpação momentânea causada por algum evento muito importante, que distorcesse possivelmente a veiculação normal de matérias no jornal. Analisando-se dois momentos,

afastados entre si quase que cinco meses, poderíamos inclusive efetuar comparações caso houvesse diferenças muito gritantes - estas poderiam ter se dado em virtude de algum evento, ou mesmo de uma cobertura mais específica e intensa sobre um dos sexos.

A escolha do jornal Folha de São Paulo também se deveu ao fato que, desde a década de 1980, este é um dos jornais diários mais vendidos do Brasil, com circulação média de 350 mil exemplares em dias úteis e 430 mil exemplares aos domingos. ADELMAN (2004, p.279), pesquisadora norte-americana radicada no Paraná, reforça a importância deste jornal ao comentar, em um estudo sobre as questões de gênero no hipismo brasileiro, que a motivação para a realização de sua pesquisa aconteceu pois ela havia lido matérias de duas páginas inteiras sobre homens e mulheres nas provas hípicas de salto, justamente na “(...) seção dominical do jornal diário mais prestigioso do Brasil - a Folha de São Paulo(...)”.

Instrumentação

Foi verificado o número e o tamanho das reportagens que abordam modalidades masculinas ou femininas. Foram consideradas matérias sobre equipes

ou esportes individuais, bem como entrevistas com atletas ou técnicos. Também foram analisadas reportagens não - específicas (ou neutras), que tratam de homens e mulheres concomitantemente, ou de assuntos gerais dentro do contexto esportivo (política, Jogos Olímpicos, promoções, informações sobre eventos esportivos, entre outros).

Posteriormente foi realizada a análise da forma (também quantitativa), que estuda símbolos empregados, isto é, as palavras ou temas que são, inicialmente, selecionados e, a partir daí, verifica-se a frequência relativa de sua aparição (RICHARDSON, 1999).

De acordo com os objetivos do trabalho, foram selecionados os seguintes temas para verificar a frequência de aparição:

- Marcas de gênero (futebol *feminino*, basquete *masculino*, por exemplo);
- A maneira pela qual o atleta é tratado (termos adultos ou termos que o infantilizam; adjetivos ligados ao gênero);
- Uso do primeiro nome, sobrenome ou apelido dos atletas;
- Comentários relacionados à aparência dos atletas (linda, forte, musculoso, feminina, entre outros);

Resultados e discussão

Em conformidade com os dados relatados na literatura internacional, e de acordo com a primeira hipótese levantada neste estudo, esta amostra de três meses da cobertura do caderno de esportes da Folha de São Paulo, apresentou uma significativa disparidade na cobertura que este jornal fornece entre mulheres e homens no esporte. Os esportes praticados por mulheres receberam, no período analisado, uma cobertura bem menor do que aqueles praticados por homens.

Entre agosto e setembro de 2002 o esporte praticado por homens recebeu 85,16% do total da cobertura, contra somente 11,49% para as mulheres (TABELA 1). Interessante notar que esse período coincidiu com uma série de eventos esportivos de grandeza nacional e internacional, sendo que estes, ou eram somente do naípe feminino, ou eram para ambos os sexos - e nestes últimos, a presença feminina era uma constante.

- Comentários relacionados à vida do atleta fora do contexto esportivo (mãe, pai, dona de casa, marido, esposa, entre outros);

- Esportes que praticam: considerados femininos, masculinos ou neutros. Os esportes foram categorizados de acordo com um estudo realizado por KOIVULA (1995), no qual pessoas responderam o que achavam de 60 esportes diferentes em relação à apropriação de acordo com o gênero.

- Esportes individuais ou coletivos.
- Termos em relação à qualidade do atleta: habilidoso, líder, ídolo, herói, entre outros.

Tratamento estatístico

A análise do número das reportagens foi feita por meio de análise percentual. Já a análise do tamanho das reportagens foi feita por intermédio da média geral do número de palavras, utilizando a literatura existente para comparação. A análise de forma foi baseada na literatura para ajudar a criar os temas e palavras, além da comparação de resultados, e foi analisada através da frequência de ocorrência (KOIVULA, 1999).

TABELA 1 - Número de reportagens e percentuais sobre o total de matérias em agosto-setembro/2002 e fevereiro e março/2003.

	Agosto/Setembro	Fevereiro	Março
Homens	689 - 85,16%	503 - 88,4%	657 - 87,95%
Mulheres	93 - 11,49%	23 - 4,04%	35 - 4,68%
Neutras	27 - 3,33%	43 - 7,55%	55 - 7,36%

No Brasil, estava sendo disputada a Liga nacional feminina de vôlei; internacionalmente, estavam acontecendo o Mundial feminino de vôlei na Alemanha, as fases finais da WNBA, o Mundial feminino de futebol sub-19; a seleção brasileira feminina de basquete também fazia seus preparativos (treinos, jogos amistosos), em solo europeu, para o Mundial da China da modalidade.

Outros eventos esportivos tanto para homens quanto para mulheres estavam acontecendo no

calendário nacional e mundial: em nosso país, ocorria a meia-maratona do Rio de Janeiro, o Torneio de tênis da Costa do Saúpe (Bahia); pelo mundo, aconteciam, entre outros eventos, o Aberto dos Estados Unidos de tênis, o Pan-Pacífico de natação, o Mundial por equipes de judô na Suíça.

Mesmo com esta profusão de eventos esportivos para mulheres ou para ambos os sexos, o maior diário da mídia nacional, em sua sessão de esportes no período, fez 93 matérias sobre o esporte para mulheres, e 689 reportagens sobre o esporte masculino - uma diferença de cerca de 700%.

No mês de fevereiro/2003, a diferença foi ainda maior: os homens receberam 88,4% da cobertura e as mulheres apenas 4,04%. Essa diferença na cobertura também se manteve em março daquele ano, quando os homens receberam 87,95% do total de reportagens e as mulheres 4,68% (TABELA 1).

Além do número de reportagens para as atletas mulheres ser menor do que para os homens, o tamanho das reportagens também apresenta uma grande diferença. Isso confirma a segunda hipótese aqui formulada. Nos três meses analisados a média do número de palavras em cada reportagem foi maior para os homens do que para as mulheres.

Entre agosto e setembro/2002, a média por matéria do jornal foi de 212,2 palavras para os homens e 138 palavras para as mulheres (TABELA 2). Em fevereiro/2003, a diferença foi ainda maior, com 246 palavras para os homens e apenas 32,4 palavras para as mulheres (TABELA 2); essa diferença se manteve em março/2003, quando os homens tiveram média de 215,3 palavras e as mulheres de 78,7 palavras (TABELA 2).

TABELA 2 - Média do número de palavras por reportagem nos três meses analisados.

	Agosto/Setembro	Fevereiro	Março
Homens	212,2	246	215,3
Mulheres	138	32,4	78,7
Neutras	69,4	116,4	231,5

Esta disparidade quantitativa com que o maior jornal diário brasileiro trata o esporte feminino em face de seu congêneres masculino, é reportada também na literatura científica internacional.

Estudo realizado por TOOHEY (1997) mostrou que em 1992, na Austrália, o esporte praticado por mulheres recebeu 4,2% de cobertura em jornais, e apenas 2% na cobertura televisiva; outra pesquisa

realizada por URQUHART e CROSSMAN (1999), sobre a cobertura do jornal canadense *Globe and Mail* de 16 Olimpíadas de inverno ocorridas entre 1924 e 1992, demonstrou que os esportes praticados por homens receberam uma cobertura de reportagens escritas mais de quatro vezes maior do que os esportes praticados por mulheres.

Esse último estudo indica que durante os Jogos Olímpicos a diferença da cobertura dada a homens e mulheres, apesar de grande, é menor do que aquela realizada em períodos em que não ocorrem grandes eventos poliesportivos. VINCENT, IMWOLD MASEMANN e JOHNSON (2002) sugerem que isso acontece devido ao crescente número de meninas e mulheres participando de esportes e atividades físicas, constituindo um nicho de consumidoras para grandes empresas multinacionais de produtos esportivos. Portanto esse aumento na cobertura durante grandes eventos internacionais, como os Jogos Olímpicos, refletiria também as necessidades comerciais dos anunciantes.

A TABELA 3 mostra que entre agosto e setembro/2002, houve maior frequência de ocorrência de esportes masculinos e coletivos para os homens e neutros e coletivos para mulheres.

TABELA 3 - Frequência de ocorrência dos termos entre agosto/setembro 2002 e fevereiro e março 2003.

	Homens			Mulheres		
	ago/set	fev	mar	ago/set	fev	mar
esportes femininos	0	1	0	9	2	11
esportes masculinos	537	407	538	8	3	1
esportes neutros	152	95	119	76	18	23
esportes coletivos	548	403	508	59	5	14
esportes individuais	141	100	149	34	18	21

Como mostra a TABELA 4 e de acordo com a terceira hipótese aqui formulada, as marcas de gênero foram muito mais frequentes para mulheres e ambos foram citados mais vezes pelo sobrenome. Os homens foram mais vezes citados como pais e maridos e tiveram por mais vezes citadas suas habilidades como esportista. Os termos relacionados à aparência e termos fora do contexto esportivo foram mais comuns para as mulheres.

TABELA 4 - Frequência de ocorrência dos termos entre agosto/setembro 2002 e fevereiro e março 2003.

	Homens			Mulheres		
	ago/set	fev	mar	ago/set	fev	mar
marcas de gênero	8	13	31	42	23	39
primeiro nome	729	496	653	78	31	46
sobrenome	979	591	769	125	43	80
apelido	447	299	446	39	11	6
mãe/pai	6	2	3	3	0	1
marido/esposa	7	0	5	1	0	0
habilidoso	2	7	5	0	0	1
carismático	0	4	4	0	0	0
herói	2	4	8	0	0	0
ídolo	6	0	12	1	0	1
líder	2	0	1	0	0	0
termos negativos da habilidade	0	0	0	1	0	1
termos positivos da aparência	1	4	0	5	1	0
termos negativos da aparência	0	0	0	2	0	0
termos fora do contexto esportivo	0	0	0	3	1	0

Apesar de existir um número muito maior de reportagens sobre os homens, como visto anteriormente, as marcas de gênero nestas reportagens (52 marcas ao todo) corresponderam à metade do número daquelas que foram usadas nas reportagens sobre mulheres no esporte (104 ao todo). Isso aponta que o esporte praticado por homens é considerado comum, ou seja, quando a reportagem é sobre homens não é preciso indicar se é feminino ou masculino, porque está implícito; já o esporte praticado por mulheres não é visto da mesma forma e a indicação de que se trata de esporte feminino aparece na maioria das reportagens. Assim, existe o futebol, e o futebol “feminino”; o handebol e o handebol “feminino”, como se não fossem os mesmos esportes, disputados sob as mesmas regras e condições.

Isso também foi verificado por DUNCAN, MESSNER, WILLIAMS e JENSEN (1994), que em seu trabalho mostraram que marcas de gênero eram constantes nos jogos das mulheres, tanto nos comentários do locutor, quanto com gráficos (“scout”) mostrando os números da partida, e isso não acontecia durante os jogos dos homens.

As reportagens sobre os homens, em sua maioria, descreviam com detalhes a partida, os jogadores e tudo o que estivesse envolvido com o tema, muitas vezes trazendo uma matéria complementar sobre algum jogador ou fato relevante. Já as reportagens sobre as mulheres costumavam ser bastante sucintas,

trazendo apenas o resultado da partida, ou alguma informação importante.

Uma das justificativas que a mídia costuma usar para essa diferença na cobertura dada entre esportes praticados por homens e por mulheres, é o fato dos consumidores de jornais e revistas e da audiência de programas esportivos na televisão serem em sua maioria homens, e preferirem notícias sobre esportes praticados por homens. Porém, um estudo realizado na televisão italiana por CAPRANICA e AVERSA (2002) mostrou que as mulheres correspondiam a 40% da audiência durante as Olimpíadas de Sydney (2000), e ainda que não havia diferença significativa na audiência durante a cobertura de esportes praticados por homens e mulheres.

Estes resultados demonstram que as mulheres têm assistido cada vez mais a programas esportivos e não há nenhuma pesquisa que comprove que o público prefere os homens competindo. O que ocorre, na realidade, é que os meios de comunicação constroem essa preferência por esportes praticados por homens.

A maioria das reportagens da Folha de São Paulo sobre homens no esporte foi de esportes coletivos e considerados masculinos (KOIVULA, 1995): apenas uma reportagem era sobre um esporte considerado feminino. Já as reportagens sobre as mulheres eram em sua maioria esportes considerados neutros e houve um equilíbrio entre esportes coletivos e individuais, com uma pequena vantagem para os coletivos.

Isso indica que ainda há, no imaginário coletivo, a expectativa que existem esportes que devem ser praticados apenas por homens, e outros que devem ser praticados apenas por mulheres; e quando esportistas quebram essa barreira e participam de esportes considerados não-apropriados para o seu sexo, enfrentam forte preconceito e baixa cobertura por parte da mídia, prejudicando seu desenvolvimento no esporte.

Esses resultados também corroboram com o que foi relatado por KOIVULA (1999): as mulheres receberam maior cobertura de esportes considerados neutros e femininos e os homens em esportes masculinos.

A TABELA 3 também mostra que em fevereiro/2003 houve maior frequência de ocorrência de esportes masculinos e coletivos para os homens, e neutros e individuais para mulheres. As marcas de gênero foram muito mais frequentes para mulheres e ambos foram citados mais vezes pelo sobrenome (TABELA 4).

Ao contrário do que aconteceu no estudo realizado por DUNCAN et al. (1994) no qual a utilização do primeiro nome era mais comum para as mulheres (52,7%) do que para os homens (7,8%), os resultados aqui encontrados, demonstraram que ambos são mais frequentemente tratados pelo sobrenome. É possível que isso tenha acontecido porque as mulheres são muito pouco retratadas, impedindo que os leitores as conheçam por apelido, sendo mais coerente, nesse caso, a utilização do nome completo.

Também se deve considerar que, o fato dos homens terem sido citados como pais ou maridos não significa que suas habilidades como atletas não tenham sido levadas em consideração. Inversamente, o que acontecia muitas vezes eram pequenas notas sobre a vida pessoal dos atletas virem acompanhadas de uma grande reportagem sobre as

realizações mais recentes desse atleta no esporte, como o torneio em que estava participando, entre outras matérias relacionadas ao esporte. O mesmo não acontecia com as mulheres já que grande parte das reportagens era breve e não havia referência direta a nenhuma atleta, não havendo espaço para comentários sobre a vida pessoal.

As mesmas tabelas mostram que em março houve maior frequência de ocorrência de esportes masculinos e coletivos para os homens e neutros e individuais para mulheres. As marcas de gênero foram muito mais frequentes para mulheres e ambos foram citados mais vezes pelo sobrenome. Os homens foram citados como pais e maridos e tiveram citadas suas habilidades como esportista. As mulheres receberam uma citação negativa sobre suas habilidades.

A linguagem utilizada na mídia indica uma diferença de tratamento nos esportes praticados por homens e mulheres. Homens são citados como heróis, ídolos de gerações e líderes. As mulheres são vinculadas a termos que ressaltam o gênero feminino. Os comentários relacionados às mulheres utilizam termos que as infantilizam, como se fossem crianças a serem cuidadas, e quase sempre são chamadas pelo primeiro nome, já os homens são tratados com termos adultos e pelo sobrenome. Essa linguagem constrói e legitima a superioridade dos homens no esporte (KOIVULA, 1999).

Segundo FINK (1998) a cobertura esportiva de atletas mulheres costuma focalizar os papéis que a atleta desempenha, como esposa, mãe, ou como modelo de feminilidade, não dando valor as suas conquistas no esporte. Portanto, ao invés de ser um mecanismo de mudança, a mídia perpetua características “apropriadas” de feminilidade.

Conclusões

Estes resultados aqui apresentados demonstram que no Brasil, como em outros países, as mulheres esportistas continuam a serem pouco retratadas pela mídia, apesar do crescente número de mulheres competindo e sendo bem-sucedidas no esporte.

Esta presença constante, marcante e expressiva da mulher no cenário esportivo, cria uma nova representação sobre a mulher - atleta no imaginário coletivo: aparentemente, não existem mais preconceitos e desigualdades, e a mulher e o homem estão em pé de igualdade neste meio.

No entanto, o que esta pesquisa vem revelar é que a imprensa, um dos pilares básicos do esporte de rendimento na atualidade, trata os sexos de forma absolutamente desigual. E os números auferidos demonstram: a mulher é ‘invisível’ em se tratando da cobertura esportiva jornalística no Brasil - e esta análise foi realizada na Folha de São Paulo, um dos maiores e tido como o mais progressista dos jornais diários brasileiros. Em um dos períodos analisados, (agosto/setembro-2002), o número de reportagens sobre os homens -atletas foi sete vezes maior que o

das mulheres; em fevereiro do ano seguinte, esta diferença subiu para 21 vezes.

No decorrer deste trabalho, em conversas com outros pesquisadores, ao comentar os resultados parciais que iam se desvelando, a resposta era sempre igual: “Ora, mas há o futebol, que é a paixão nacional!”. Parecia óbvio a todos que, em virtude do futebol, “o esporte mais popular do país”, a cobertura deveria ser maior para os homens do que para as mulheres.

Poderia se questionar os motivos da ausência do futebol feminino dos jornais, ou mesmo a pouca quantidade de mulheres jogando a ‘paixão nacional’. Como MOURÃO (2003) analisa, os homens e meninos continuam com muito mais espaços para as suas práticas esportivas do que as meninas e mulheres: o espaço público, parques, ruas, ‘pertencem’ à prática esportiva dos homens - e nestes ambientes, o esporte mais praticado é o futebol.

Porém, o que esta pesquisa ressalta, e o que os números mostram vai além daquilo que inicialmente é tido como o “óbvio”: não somente há mais reportagens sobre homens no esporte, mas estas são maiores - a menor diferença foi encontrada entre agosto e setembro/2002, quando a média de palavras por reportagem para os homens foi de 212, 2 e para as mulheres de 138 palavras. No mês de fevereiro do ano seguinte, a diferença foi muito grande e a média de palavras nas reportagens dos homens (246) foi mais de sete vezes maior do que a média das mulheres (32,4). Em março do mesmo ano, a média foi quase três vezes maior para os homens (215,3) do que para as mulheres (78,7). Ou seja, a balança pende para os atletas tanto em quantidade de aparições bem como pelo tamanho das mesmas.

Como se não bastasse, o tratamento dado a cada um dos sexos na cobertura do jornal - aqui apurado por meio das marcas de gênero -, mostra uma desigualdade muito grande, e uma diferença no foco das reportagens: as marcas de gênero e comentários relacionados à aparência foram mais frequentes para as mulheres do que para os homens. Os homens constantemente tinham narradas as suas habilidades como atletas. Já as reportagens sobre mulheres atletas costumam enfatizar sua feminilidade e beleza.

Essas diferenças indicam que apesar do crescente número de mulheres competindo nas mais variadas modalidades ainda há uma grande defasagem na cobertura que essas atletas recebem em relação aos

homens. Essa baixa cobertura prejudica a própria visibilidade destas atletas, na busca por patrocinadores, nas condições de treino e na própria representação que a sociedade faz delas.

Estes resultados também demonstram que, apenas aumentar a cobertura dada a mulheres atletas não é suficiente; é necessário modificar a maneira como elas são retratadas. Essa banalização que acontece em grande parte da cobertura dada às mulheres esportistas representa uma negação de seu poder atlético e minimiza a importância do esporte praticado por mulheres em relação ao esporte praticado por homens. Ou seja, há uma necessidade premente de uma mudança de mentalidades, para que as atitudes daí decorrentes também se modifiquem.

Por fim, cabe ressaltar que este estudo, limitado a análise de apenas um meio de comunicação (jornal), pode servir de base para novos estudos e pesquisas em diferentes mídias (TV, revistas, Internet, outros jornais), permitindo assim comparações que possibilitem traçar um quadro mais amplo da cobertura dada pela mídia brasileira às mulheres esportistas. Esta pesquisa também pode ensejar que a cobertura jornalística seja analisada com outras metodologias, desvelando o próprio discurso da mídia referente às atletas.

Se um grande esforço teórico foi empreendido nas últimas décadas para tornar visível a história da mulher no esporte - mostrando que elas sempre estiveram presentes neste território tido como exclusividade dos homens (STRUNA, 1994) - a despeito disto a mulher continua ‘invisível’ para a sociedade que acompanha o esporte através dos jornais. Revelar o quanto a mídia tem se comportado de forma sexista e por vezes até discriminatória em relação às mulheres é escrever, sob outra ótica, mais um capítulo desta história.

“A mulher invisível”, título deste texto, resume já na partida o que esta pesquisa revela: que ainda hoje, em pleno século XXI, a vida da atleta brasileira é plena de percalços e obstáculos em suas trilhas na direção uma prática esportiva saudável e livre de preconceitos e discriminações. Por outro lado, a apresentação dos dados aqui revelados, permite ampliar a reflexão sobre o papel e as atitudes da mídia esportiva, fazendo com que o esporte contribua também para um mundo em que as diferenças sejam fonte de enriquecimento entre as pessoas, e não de discórdia e desigualdades.

Abstract

The invisible woman: gender and sport in an important newspaper in Brazil

One of the sectors that have a fundamental part in sports myth construction is the media. It creates, reinforces and destroys myths about the athletes, their realizations and events. Some international studies have been showing how media's sport coverage has been privileging male athletes, in detriment of the female athletes. The aims of this research were: quantify the Folha de São Paulo's sports coverage section of dedicate to men and women through an analyses of the percentage of articles; verify the size of the article through an average of words; and how often they use comments related to the gender through a format analyses. The data was collected between August 9th and September 9th, 2002 and February 3rd and April 3rd, 2003. Between August and September, 93 articles (11.49%) about female sports and 689 articles (85.16%) about male sports were written, a difference of approximately 700%. In February the difference was even bigger; 88.4% of the coverage was about males and only 4.04% was about females; in March, males had 87.95% of the articles and women had 4.68%. There was also a big difference between articles size. Between August and September, the average number of words for males was 212.2 while for females was 138; in February the average was 246 words for males and only 32.4 for females. In March, male average was 215.3 and female was 18.7. The format analyses demonstrated that men are cited more times for their athletic abilities than women, who received more citations about their physical appearance. These results show that in Brazil, like some other countries, female athletes continue being less represented in the media, even though the number of women participating and being well succeeded in sports is rising. Without appearing in newspapers and sports programs, the female athlete has to face a lot of difficulties and obstacles to keep active in sports; like the lack of sponsors, bad practice conditions and low wages, which forces them to search for a second job , making their athletic progress more difficult.

UNITERMS: Sports; Gender; Media.

Nota

Este artigo é fruto do Trabalho de Conclusão de Curso (TGI) da primeira autora, orientada pelo segundo autor, e foi contemplado com o 1o. lugar, no primeiro concurso de TGI (categoria bacharelado) da Faculdade de Educação Física, da Universidade Presbiteriana Mackenzie, em 2005.

Referências

- ADELMAN, M. O desafio das Amazonas: a construção da identidade de mulheres como atletas e amazonas do hipismo clássico (salto) brasileiro. In: SIMÕES, A.C. ; KNIJNIK, J.D. **O mundo psicossocial da mulher no esporte: comportamento, gênero, desempenho.** São Paulo: Aleph, 2004. p.277-303.
- ALONSO, L. Mulher, corpo e mitos no esporte. In: SIMÕES, A.C. (Org.). **A mulher e esporte: mitos e verdades.** São Paulo: Manole, 2003. p.35-47.
- ANTÚNEZ, M. Reflexiones acerca de lo que la mujer representa para el deporte y el verdadero significado del deporte para la mujer. **Lecturas: Educación Física y Deportes, Revista Digital,** Buenos Aires, v.7, n.42, 2001. Disponível em: <www.efdeportes.com/efd42/mujer.htm>. Acesso em: 15 mar. 2003.
- BOUET, M. **Questions de sportologie.** Paris: L'Harmattan, 1998.
- CAPRANICA, L.; AVERSA, F. Italian television sport coverage during the 2000 Sydney Olympic Games. **International Review for the Sociology of Sport,** London, v.37, n.3-4, p.337-49, 2002.

- CASTELLANI FILHO, L. Esporte e mulher. In: TAMBUCCI, P.; OLIVEIRA, J.; COELHO SOBRINHO, J. (Orgs.). **Esporte e jornalismo**. São Paulo: CEPEUSP/ECA-USP, 1997. p.91-100.
- COAKLEY, J. Sports and the media: could they survive without each other? In: *SPORT in society: issues and controversies*. 7th ed. New York: Mc Graw Hill Higher Education, 2001. p.350-84.
- COSTA, J. A construção cultural da diferença dos sexos. **Sexualidade, gênero e sociedade**, Rio de Janeiro, v.2, n.3, p.3-8, 1995.
- DUNCAN, M.; MESSNER, M.; WILLIAMS, L.; JENSEN, K. Media, sport and gender. In: BIRREL, S.; COLE, C. (Orgs.). **Women, sport and culture**. Champaign: Human Kinetics, 1994. p.245-72.
- DUNNING, E.; MAGUIRE, J. Process-sociological notes on sport, gender relations and violence control. **International Review for the Sociology of Sport**, London, v.31, n.3, p.296-321, 1996.
- FINK, J. Female Athletes and the media: strides and stalemates. **Journal of Physical Education, Recreation and Dance**. v.69, n.6, p.37-40, 1998.
- GONÇALVES, E. Pensando o gênero como categoria de análise. In: AMARAL, A. et al. (Orgs.). **Estudos de gênero**. [S.l.]: Universidade Católica de Goiás, 1998. p.41-60.
- GILL, D. A feminist perspective on sport psychology practice. **The Sport Psychologist**, v.8, p.411-26, 1994.
- GOELLNER, S.V. Mulher e esporte no Brasil: fragmento de uma história generificada. In: SIMÕES, A.C.; KNIJNIK, J.D. **O mundo psicossocial da mulher no esporte: comportamento, gênero, desempenho**. São Paulo: Aleph, 2004. p.359-73.
- GOMES, P.; SILVA, P.; QUEIRÓS, P. Para uma estrutura pedagógica renovada, promotora da co-educação no desporto. In: SIMÕES, A.C. ; KNIJNIK, J.D. **O mundo psicossocial da mulher no esporte: comportamento, gênero, desempenho**. São Paulo: Aleph, 2004. p.173-89.
- KNIJNIK, J.D; VASCONCELLOS, E. Sem impedimento: o coração aberto das mulheres que calçam chuteiras no Brasil. In: COZAC, J. (Org.). **Com a cabeça na ponta da chuteira: ensaios sobre a psicologia do esporte**. São Paulo: Annablume, 2003. p.7-89.
- KNIJNIK, J.D; SOUZA, J.S.S. Diferentes e desiguais: relações de gênero na mídia esportiva brasileira. In: SIMÕES, A.C. ; KNIJNIK, J.D. **O mundo psicossocial da mulher no esporte: comportamento, gênero, desempenho**. São Paulo: Aleph, 2004. p.191-212.
- KOIVULA, N. Ratings of gender appropriateness of sport participation: effects of gender-based schematic processing. **Sex Roles**, v.33, n.7/8, p.543-57, 1995.
- _____. Gender stereotyping in televised media sport coverage. **Sex Roles**, v.41, n.7/8, 1999.
- KOLNES, L-J. Heterosexuality as an organizing principle in women's sport. **International Review for the Sociology of Sport**, London, v.30, n.1, p.61-77, 1995.
- LENSKYJ, H. "Inside sport" or "on the margins"? Australian women and the sport media. **International Review for the Sociology of Sport**, London, v.33, n.1, p.19-32, 1998.
- LOBO, R. A ética de Fernandinho Beira-Mar. In: REUNIÃO CIENTÍFICA DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE PSICANÁLISE DE SÃO PAULO, 2003, São Paulo.
- LOURO, G. Nas redes do conceito de gênero. In: LOPES, M.J.; MEYER, D.; WALDOW, V (Orgs.). **Gênero e saúde**. Porto Alegre: Artes Médicas, 1996. p.12-9.
- MOURÃO, L. Representação social da mulher brasileira nas atividades físico-desportivas: da segregação à democratização. **Movimento**, Porto Alegre, v.8, n.13, p.5-18, 2000.
- NICHOLSON, L. Interpretando o gênero. **Estudos Feministas**, Florianópolis, v.8. n.2/200, p.9-41, 2000.
- RICHARDSON, R. J., et al. Métodos quantitativos e qualitativos. In: PESQUISA social: métodos e técnicas. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1999. p.70-89.
- ROMERO, E. A educação física a serviço da ideologia sexista. **Revista Brasileira de Ciências do Esporte**, v.15, n.3, p.226-33, 1994.
- STRUNA, N.L. The recreational experiences of early american women. In: COSTA, M.; GUTHRIE, S. (Eds.). **Women and sport: interdisciplinary perspectives**. Champaign: Human Kinetics, 1994. p.45-62.
- TOOHEY, K. Australian television, gender and the Olympic Games. **International Review for the Sociology of Sport**, London, v.32, n.1, p.19-29, 1997.
- URQUHART, J.; CROSSMAN, J. The Globe and Mail coverage of the Winter Olympic Games: a cold place for women athletes. **Journal of Sport & Social Issues**, Champaign, v.23, n.2, p.193-202, 1999.
- VARGAS, A. L. Desporto e TV: a recordista de audiência. _____. **Desporto: fenômeno social**. Rio de Janeiro: Sprint, 1995. p. 71-6.
- VINCENT, J.; IMWOLD, C.; MASEMANN, V.; JOHNSON, J. A comparison of selected serious and popular British, Canadian, and United States newspaper coverage of female and male athletes competing in the centennial Olympic games. **International Review for the Sociology of Sport**, London, v.37, n.3-4, p.319-35, 2002.

Agradecimentos

Os autores agradecem a subvenção do Fundo Mackenzie de Pesquisa - MACKPESQUISA - a este estudo; agradecem também os comentários e sugestões dos pareceristas anônimos, que deram nova vida ao texto.

ENDEREÇO
Jorge Dorfman Knijnik
Departamento de Esporte
Escola de Educação Física e Esporte / USP
Av. Prof. Mello Moraes, 65
05508-030 - São Paulo - SP - BRASIL
e-mail: jk@usp.br

Recebido para publicação: 24/03/2006

Revisado: 31/05/2007

Aceito: 31/07/2007
