

UNIVERSIDADE CATÓLICA DE PERNAMBUCO  
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA, PÓS-GRADUAÇÃO E INOVAÇÃO  
MESTRADO PROFISSIONAL EM INDÚSTRIAS CRIATIVAS

GERMANA MACAMBIRA

**WEBSITE DE NOTÍCIAS ESPORTIVAS PRODUZIDO POR MULHERES**  
**Empoderamento feminino nos esportes através da comunicação**

Recife/PE  
2021

Germana Macambira

**WEBSITE DE NOTÍCIAS ESPORTIVAS PRODUZIDO POR MULHERES:  
Empoderamento feminino nos esportes através da comunicação**

Relatório para apresentação do produto à banca do Mestrado profissional em Indústrias Criativas, da Universidade Católica de Pernambuco – UNICAP, como exigência para obtenção do grau de Mestre

Orientador: Prof. Dr. Cláudio Bezerra

Recife/PE

M114w

Macambira, Germana.

Website de notícias esportivas produzido por mulheres : empoderamento feminino nos esportes através da comunicação / Germana Macambira, 2021. 45 f.

Orientador: Cláudio Bezerra.

Relatório técnico (Mestrado) - Universidade Católica de Pernambuco. Programa de Pós-graduação em Indústrias Criativas. Mestrado Profissional em Indústrias Criativas, 2021.

1. Mulheres - Emprego. 2. Jornalismo esportivo. 3. Identidade de gênero. 4. Jornalistas. 5. Sites da Web.  
I. Título.

CDU 070.446

Pollyanna Alves – CRB4/1002

# FOLHA DE APROVAÇÃO

GERMANA LÚCIA MACAMBIRA

## WEBSITE DE NOTÍCIAS ESPORTIVAS PRODUZIDO POR MULHERES EMPODERAMENTO FEMININO NOS ESPORTES ATRAVÉS DA COMUNICAÇÃO

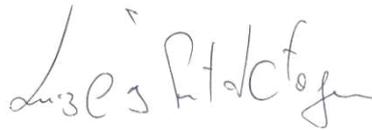
Trabalho de Conclusão do Mestrado apresentado ao Programa de Mestrado em  
Indústrias Criativas da Universidade Católica de Pernambuco (Unicap-PE), como  
requisito para obtenção do título de Mestre.

**Data de Aprovação - 30/ 03 / 2021**

BANCA EXAMINADORA



Prof. Dr. Cláudio Bezerra (Orientador)



Prof. Dr. Luiz Carlos Lula Pinto (Examinador interno)

ANA PAULA  
BORNHAUSEN DA  
SILVA BANDEIRA:  
00462961907

Assinado digitalmente por ANA PAULA BORNHAUSEN DA  
SILVA BANDEIRA.00462961907  
DN: CN=BORNHAUSEN DA SILVA BANDEIRA, OU=Secretaria de Registro Federal  
do Brasil - RFB, OU=RFB - CPF A3, OU=EM BRANCO,  
OU=Instituição por ARREQ, CN=ANA PAULA  
BORNHAUSEN DA SILVA BANDEIRA.00462961907  
Serial: 0, Sujeito: 00462961907  
Localização:  
Data: 2021.06.30 08:38:06

Prof. Dra. Ana Paula Bandeira (Examinador externo)

RECIFE

2021

## **AGRADECIMENTOS**

À minha família, pelo acolhimento atemporal e (sempre) necessário.

À minha mãe, pelo esforço genuíno em ter criado a mim e às minhas irmãs e, embora não tenha sido estimulada aos estudos, agiu na contramão do que a vida lhe trouxe e “empurrou” as três filhas para a universidade.

À minha tia e madrinha Tania, cujo “status” sempre foi o de mãe, pelo apoio e impulso à trajetória acadêmica, desde sempre.

À minha tia Natália, também o tanto quanto mãe, que me estimula em seguir adiante cada vez que esboça o orgulho pela minha dedicação aos estudos e à carreira.

Aos amigos que de perto ou de longe seguiram vibrando com cada passo dado ao longo das minhas trajetórias acadêmicas, em especial a Mariana Clarissa que assim como em outras caminhadas, seguiu ao meu lado neste mestrado – também como mestranda - e, entre um cafezinho e outro, compartilhou seus temores e ouviu também minhas angústias no decorrer do curso.

Ao meu orientador Cláudio Bezerra, pela paciência, compreensão e por não ter permitido que eu parasse no meio do caminho. Cheguei até aqui também por “culpa” dele. A Aline Grego, pelo abraço recebido – no tempo em que ainda era possível o gesto. Ela acolheu minhas lágrimas, e me impulsionou a seguir adiante.

À espiritualidade maior, que me abriga de vez em sempre, e a quem eu recorro especialmente nos últimos tempos, só para agradecer. Ser sobrevivente em meio ao caos não nos dá o direito de pedir mais nada.

“Como beber dessa bebida amarga  
Tragar a dor, engolir a labuta  
Mesmo calada a boca, resta o peito  
Silêncio na cidade não se escuta

(...) Afasta de mim (de nós) esse cálice”

Chico Buarque e Gilberto Gil (1973)

“Apesar de você  
Amanhã há de ser  
Outro dia  
Você vai ter que ver  
A manhã renascer  
E esbanjar poesia”

Chico Buarque (1978)

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b>	<b>09</b>
<b>2. MULHERES NAS REDAÇÕES</b>	<b>14</b>
2.1 Mais presença e menos comando	14
2.2 Baixa representatividade	15
2.3 Assédio e discriminação no jornalismo esportivo	17
2.4 Pouco espaço para esportes praticados por mulheres	22
<b>3. PROPOSTA DE WEBSITE</b>	<b>25</b>
3.1 Processo Metodológico	25
3.1.1 Entrevistas focais	25
3.1.2 Pesquisa de sites similares	26
3.2 Proposta do Website	27
3.2.1 Conceito	27
3.2.2 Conteúdo	29
3.2.3 Modelo de negócio	32
<b>4. CONTRIBUIÇÃO DE CADA DISCIPLINA</b>	<b>33</b>
<b>5. CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	<b>37</b>
<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>39</b>

## 1. INTRODUÇÃO

As lacunas de gênero no mercado de trabalho seguem relegando à mulher uma menor participação nesta esfera, em relação aos homens. Dados de uma pesquisa realizada em 2018 pela Organização Internacional do Trabalho (OIT) atestam, em nível global, uma realidade já conhecida: mulheres têm menos oportunidades quando o assunto é emprego, o que culmina na desigualdade junto aos homens. Em números percentuais, a discrepância aponta que as chances de uma mulher conseguir uma vaga no mercado de trabalho são 26% inferiores – uma “evolução” de tão somente 1,9% se comparada com a pesquisa realizada em 1991. Já 41% delas com curso superior estavam sem trabalho, ao passo que apenas 17,2% dos graduados vagavam fora do mercado. Diferenças que ganham robustez quando se fala de mulheres com filhos: apenas 25% delas conseguem promoção para cargos de chefia. E em se tratando de salário, os homens recebem 20% a mais, exercendo as mesmas funções das mulheres. Tais referências em números não refletem, entretanto, o desejo que a mulher tem de trabalhar ao invés de ficar em casa: 70% das entrevistadas preferem ter um emprego. Os dados de 2018 da OIT são praticamente os mesmos identificados pela Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD), do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), no quarto trimestre de 2020: a taxa de desocupação por gênero ficou em 17,5% para mulheres, enquanto que a dos homens foi de 12,5%.

A diferença de ocupação do mercado de trabalho entre homens e mulheres não se dá, portanto, por vontade delas em serem “do lar”. O que não se tem, na verdade, são políticas públicas direcionadas a enfrentar esta realidade e modificar as desigualdades entre gêneros. E especificamente em relação às mulheres negras, a situação se torna ainda mais alarmante, levando a discussão de gênero ao campo também do racismo e ampliando o debate para um recorte sobre a diferença entre mulheres negras e não negras.

De acordo com dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD), do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), referente ao terceiro trimestre de 2019, 14,9% de homens e mulheres negras estão fora do mercado de trabalho, um índice superior à média nacional de 11,8% de taxa de desocupação. Por outro lado, aos que se declaram brancos, o índice sofreu uma queda de 9,5% para 9,2% dentro dos mesmos três meses analisados pela pesquisa. Uma realidade contemporânea que segue penalizando a partir da cor da pele e posicionando a condição da mulher negra em uma

realidade duplamente opressiva, por questões de gênero e de raça. E como bem aventou Silva (1999):

A situação da mulher negra no Brasil manifesta um prolongamento da sua realidade vivida no período de escravidão com poucas mudanças, pois ela continua em último lugar na escala social e é aquela que mais carrega as desvantagens do sistema injusto e racista do País (SILVA, 1999, p. 01).

Faz-se notório que a mulher negra, na disputa inclusive com outras mulheres (brancas), leva desvantagem e ocupa cargos inferiores pelo “requisito” da cor da sua pele e, dessa forma, somado ao preconceito de gênero, sua escalada profissional se torna ainda mais difícil. Nesse sentido, como diz Bento (2009) “Há décadas a mulher negra vem sendo apontada como aquela que experimenta a maior precariedade no mercado de trabalho brasileiro” (p.479).

No jornalismo esportivo, um ambiente pensado para homens, porque culturalmente essa é a percepção, corroborada inclusive pelo reduzido número de jornalistas mulheres à frente de coberturas nos mais diversos tipos de mídia, a discrepância entre os gêneros é notória. Cabe, no entanto, ressaltar que as comunicadoras enfrentam obstáculos nos mais variados ambientes e editorias de uma redação de jornal. Mas nos esportes, em se tratando especificamente de futebol, as dificuldades aumentam em função da grande diferença na proporção entre mulheres e homens que produzem fatos noticiosos acerca do assunto. Realidade que se estende do repórter ao editor, do narrador ao comentarista, e do profissional de fotografia – em relação a este último, a desvantagem em números pode ser vista a olho nu, em campo, nas partidas in loco. Quando há uma mulher, contam-se outras dezenas de homens em campo registrando imagens de um jogo. Para Chinamanda (2014), “O problema da questão de gênero é que ela prescreve como devemos ser em vez de reconhecer como somos. Seríamos bem mais felizes, mais livres para sermos quem realmente somos, se não tivéssemos o peso das expectativas do gênero” (p.41-42).

A simples ausência de uma maior quantidade de jornalistas mulheres reforça estereótipos e estimula preconceitos dentro e fora dos veículos de comunicação, uma vez que para o público que acompanha resenhas, gosta e consome o jornalismo esportivo, uma mulher à frente de uma análise de um jogo não tem a suposta credibilidade que teria um homem – um julgamento preconceituoso apenas pelo fato de ser uma mulher falando sobre uma modalidade mais badalada entre os homens. Realidade que ganha dimensão à

medida em que há pouco espaço para participação da mulher enquanto profissional do jornalismo em debates, resenhas e programas esportivos. Conseqüentemente, não há ouvintes, telespectadores, leitores e público de uma forma geral, capaz de julgar o conhecimento de mulheres entendedoras de assuntos relacionados aos esportes, em especial ao futebol.

Para Gollner (2005), é preciso reconhecer que nos meios de comunicação a maior visibilidade ainda é do homem. O espaço ocupado por atletas do gênero masculino é desproporcional em relação às mulheres – embora tenha crescido a participação delas em competições esportivas locais, nacionais e internacionais, a exemplo dos Jogos Olímpicos, inclusive com quebra de recordes e reconhecimento público. É o caso, por exemplo, da brasileira Marta Vieira da Silva<sup>1</sup>, premiada pela Fifa como a melhor jogadora de futebol do mundo, superando em números não só as mulheres que praticam a modalidade, mas também os homens.

Mas a desconstrução de todo um androcentrismo<sup>2</sup> que acompanha o ambiente esportivo tem sido feita, à medida que o exercício da profissão de jornalismo por mulheres em setores antes dominados por homens tem crescido. Embora os números sigam desproporcionais, se levado em conta a quantidade de mulheres e homens que exercem a função de setoristas esportivas. Por outro lado, no jornalismo em geral o número de profissionais do sexo feminino em redações é dominante. De acordo com a Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj), em levantamento sobre o perfil de jornalistas brasileiros por sexo, até o final de 2012 o percentual era de 64% de mulheres para 36% de homens<sup>3</sup>.

No mercado local, busca recente realizada para esta pesquisa<sup>4</sup> constatou que nos principais veículos de comunicação de Pernambuco a média de homens que ocupam editorias de esportes em relação ao número de profissionais mulheres chega, em alguns casos, a 100% de predominância. E ainda sobre o futebol – dada a sua relevância em uma nação que é tida como o país da modalidade – esta pesquisa não poderia deixar de citar dados específicos que trazem à luz os cargos de comando nos clubes brasileiros geridos por mulheres: das 20 equipes que integram a Série A do Campeonato Brasileiro de

---

<sup>1</sup> Lista atualizada até 14 de março de 2021

<sup>2</sup> Termo criado pelo sociólogo americano Lester F. Ward em 1903. A tendência de se reduzir a raça humana ao termo ‘o homem’ é um exemplo excludente que ilustra um comportamento androcêntrico.

<sup>3</sup> A pesquisa, embora de 2012, é a mais recente. A Fenaj está em processo de colheita de dados para atualizar os números, que tendem a ser, inclusive, maiores do que os apresentados

<sup>4</sup> Atualizado até 05 de outubro de 2020 por meio de profissionais que atuam nas respectivas redações.

Futebol, há pelo menos 319 homens e apenas 6 mulheres como dirigentes<sup>5</sup>. Os números apontam o quanto ainda se faz presente e é dominante a noção de que cabe ao homem entender do assunto, dentro das redações de um jornal ou em quaisquer outros ambientes esportivos.

O espaço ocupado por homens na área esportiva segue predominante. E neste setor, no que diz respeito às funções executivas, foi tão somente ao final da década de 1980 que o Comitê Olímpico Internacional (COI) passou a contar com mulheres entre os seus membros. Em cargos de direção no COI até o ano de 1981 havia duas mulheres entre os membros ativos do Comitê – que à época era composto de 83 pessoas. Em 2016, a média de mulheres no comando do órgão chegou a 24% - de um total de 92 membros, 22 eram mulheres (OLIVEIRA, 2016).

O website interativo produzido exclusivamente por mulheres jornalistas, com os conteúdos desenvolvidos sob a ótica feminista e relacionados, preferencialmente, à prática de esportes praticados por mulheres<sup>6</sup>, como é proposto neste relatório, se propõe a ser também um espaço para as discussões de gênero, estimulando debates entre mulheres dentro do jornalismo esportivo de maneira fácil, acessível e engajada, o que deve culminar em uma troca robusta de conteúdos sobre temáticas diversas mas com enfoque em questões de raça e de cor.

Para a realização do protótipo do website, a pesquisa coletou dados junto a profissionais mulheres do jornalismo esportivo pernambucano dos principais veículos de comunicação, em suas editorias de esportes, assim como, dentro de grupos focais, com jornalistas de redações e assessorias de imprensa de São Paulo, com o intuito de fazer um comparativo entre as realidades do setor. A pesquisa exploratória permitiu um maior conhecimento e profundidade acerca do tema, com embasamento que justifique os números ainda desproporcionais no campo esportivo na relação entre homens e mulheres que exercem exatamente as mesmas funções no jornalismo. Em paralelo, foram também pesquisados referenciais teóricos para justificar e embasar o processo de construção do projeto, culminando em um produto, inicialmente um protótipo de *website*, que facilite e incremente temáticas variadas, com conteúdo relevante dentro do ambiente dos esportes.

---

<sup>5</sup> As seis mulheres que gerem clubes no Brasil: Botafogo (RJ), três conselheiras diretivas; Atlético (PR), suplente no Conselho Fiscal; Corinthians (SP), uma diretora e Paraná (PR), uma presidente da junta disciplinar do clube. Os dados são do portal Gazeta do Povo, consultados em 17.11.2018

<sup>6</sup> O desporto praticado por homens também terá seu espaço no website.

Especificamente sobre o material bibliográfico foram integrados pesquisa dissertações, teses, publicações de revistas e jornais, além de livros que abordem o empoderamento feminino especificamente dentro do universo esportivo. Buscou-se com isso uma apropriação das questões de gênero dentro de contextos sociais para se chegar à compreensão de preconceitos enraizados na temática mulher e esportes. Esta pesquisa envolveu ainda consulta a acervos digitais alternativos, como forma de criar conteúdos próprios fora da grande mídia, a exemplo de blog pessoais, publicações em mídia sociais voltadas ao assunto e podcasts que tratam do tema.

## **2. MULHERES NAS REDAÇÕES**

### **2.1 Mais presença e menos comando**

Embora o foco da pesquisa tenha sido a cobertura esportiva realizada por jornalistas mulheres na mídia local, a sistemática violação de direitos da mulher – cujas limitações de espaços em ambientes de trabalho escancaram as diferenças de gênero em um País que além de tudo também nega questões de raça, cor e classe social – não pode passar ignorada. O reflexo quanto à escassez de mulheres que produzem notícias esportivas advém desses questionamentos e, sim, é neste universo que o preconceito, o machismo e o assédio moral mais se alinham e se fazem presentes no cotidiano de uma profissão que mesmo majoritariamente composta por mulheres, com ao menos 64 % da categoria (FENAJ, 2012).

De acordo com dados do já citado Perfil do Jornalista Brasileiro (FENAJ, 2012), as mulheres são maioria no jornalismo – e embora a pesquisa não tenha especificado por gênero o quesito cor/raça, entre homens e mulheres 72% deles são brancos. Mas apesar das mulheres predominarem na profissão, a pesquisa revela desigualdade de funções: os homens seguem à frente da maioria dos cargos de chefia. Fator que se torna ainda mais notório em algumas editorias, como Economia, Política e Esportes. Como disse Zuliana Laínez, no III Encontro Nacional da Mulher Jornalista realizado em Lima, no Peru: “É preciso reconhecer os fatos: as mulheres dominam as redações em quantidade, mas não mandam”.

A predominância de mulheres na produção jornalística, especificamente nas redações dos países ocidentais, aponta, por exemplo, que, na América Latina, pelo menos 57% de apresentadores de TV são mulheres, no entanto, somente 29% redigem as notícias. Já a respeito do tipo de notícia produzida por jornalistas mulheres, estas predominantemente são inseridas no que se denomina “fatos leves” – colunas sociais, editorias de cultura e arte ou assuntos pertinentes à área de família (Projeto Global de Observação da Mídia, 2005).

Em Pernambuco, no entanto, um caso peculiar chama a atenção porque destoa da realidade nacional detectada na pesquisa da Fenaj (2012). Na redação do jornal Folha de Pernambuco as mulheres ocupam a maioria das chefias, tanto em editorias “leves” como nas “pesadas”, conforme Tabela 1.

**Tabela 1** – Ocupação de Mulheres na redação da Folha de Pernambuco

<b>Editorias</b>	<b>Chefia</b>
Editoria Executiva de Redação	Mulher
Cultura	Mulher
Coluna Social	Mulher
Portal Folha de Pernambuco	Mulher
Economia	Mulher
Política	Mulher
Rádio Folha	Mulher
Cotidiano	Homem
Esportes	Homem
Fotografia	Homem

**Fonte:** Elaboração própria a partir de dados obtidos na redação da Folha de Pernambuco (2021)

Contudo, como bem colocou Bandeira (2019, p.14), “O aumento do número de mulheres nos quadros profissionais dos veículos de comunicação traz questões a serem pensadas a partir da tríade jornalismo, gênero e sociedade”. Já que as relações entre os gêneros, de uma forma geral, embora comedida, como é o caso da redação da Folha de Pernambuco, seguem gerando conflitos morais e de cunho machista, provocando incertezas em funções de chefia ocupadas por mulheres.

Se, quantitativamente, a relação é atualmente equilibrada, nas redações, esses números não são sinônimo de igualdade. Tampouco a equidade é conquistada com a ocupação de cargos de chefia por mulheres. Cria-se, isso sim, a sensação de igualdade conquistada. No entanto, esta efetivamente existe quando se dá na cultura organizacional jornalística, que é o que se busca perceber aqui. Pensar apenas em relação ao sexo oposto pode conotar um reducionismo ao determinismo sexual e à sexualidade, quando precisamos pensar nas relações generificadas (BANDEIRA, 2019, p.14)

## **2.2 Baixa representatividade**

Para ampliar a discussão sobre a condição da mulher no mercado de trabalho, é preciso trazer à tona também as questões de raça. Há uma distância notória entre brancos e negros nas mais diversas ocupações. De acordo com a Pesquisa Nacional por Amostra

de Domicílios (Pnad)<sup>7</sup>, 56,10% das pessoas se declararam negras no Brasil e 19,2 milhões se assumem como pretos, dos 209,2 milhões de habitantes do País. Levando em conta que o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) considera que a soma de pretos e pardos corresponde ao conjunto da população negra, esta representa uma maioria em números absolutos, mas não em relação ao mercado de trabalho, tampouco em relação às funções de chefia.

Segundo Márcia Lima (1995), em seu estudo Trajetória educacional e de realização sócio-econômica das mulheres negras, “o fato de 48% das mulheres pretas estarem no serviço doméstico é sinal de que a expansão do mercado de trabalho para essas mulheres não significou ganhos” (p.07). A autora segue, dizendo que “quando as mulheres negras conseguem investir em educação numa tentativa de mobilidade social, elas se dirigem para empregos com menores rendimentos e menos reconhecidos”. No jornalismo, a realidade não é diferente. Há pouca visibilidade de raça nas redações. Fato este que se reflete também na pouca presença de pautas e matérias jornalísticas contemplando a negritude, apuradas e redigidas por quem ocupa um lugar de fala, negras e negros.

Mas é preciso reconhecer que há avanços, especialmente no meio televisivo. As mulheres têm ocupado funções antes delegadas aos homens até mesmo no jornalismo esportivo. Como exemplo, a jornalista negra Karine Alves, que já dividiu com Lucas Gutierrez a apresentação do programa Esporte Espetacular, da TV Globo, hoje está à frente do programa Troca de Passe, no canal por assinatura voltado para esportes, SporTV. No rádio local (Rádio Jornal do Comercio), a jornalista Lilian Fonseca passou a integrar a equipe do Escrete de Ouro, sendo a única voz feminina a falar sobre esportes, mais especificamente sobre futebol. Na TV que integra o mesmo sistema da rádio – o Sistema Jornal do Comercio de Comunicação (SJCC) – ela também assumiu a função de comentarista em eventos futebolísticos do Estado.

O episódio recente do assassinato do homem negro George Floyd por um policial branco, em Minneapolis, nos Estados Unidos, em 2020, culminou em manifestações mundo afora e no Brasil. Em relação ao jornalismo especificamente televisivo, houve um ponto alto em toda a história: o canal por assinatura Globo News reuniu em uma única bancada jornalistas negros e negras, depois que recebeu de um internauta uma espécie de “reclamação”, já que a emissora trouxe para o debate do crime ocorrido nos EUA

---

<sup>7</sup> Números atualizados até o final do **quarto** trimestre de 2020:

comunicadores brancos. “A pauta é racismo”, tuitou o telespectador na rede social da emissora, que fica aberta para receber mensagens e questionamentos de quem acompanha o programa. Pressão que levou nomes como os de Maria Júlia Coutinho, Lilian Ribeiro, Zileide Silva e Heraldo Pereira a um encontro de negros e um pedido de desculpas do canal.

Apesar dos avanços, é notória a baixa representatividade de mulheres negras nas redações, a expor as desigualdades e o abismo de oportunidades entre raças, revelando assim a presença do racismo estrutural (RIBEIRO, 2019) no jornalismo. Como já foi dito, há sim avanços na inserção de mulheres inclusive no jornalismo esportivo, em particular, na televisão, mas a maioria é de mulheres brancas, como as jornalistas Bárbara Coelho, que divide a redação com Lucas Gutierrez do programa Esporte Espetacular, da TV Globo, Ana Thaís Matos, comentarista esportiva da mesma emissora, e a repórter Janaína Xavier, do canal por assinatura SporTV. Em geral, as redações são formadas por uma maioria branca, inclusive de homens, independente do setor.

### **2.3 Assédio e discriminação no jornalismo esportivo**

O machismo estrutural é outra realidade a ser combatida no jornalismo. É persistente e similar o preconceito e o assédio a mulheres que atuam em áreas esportivas nas mais diversas mídias, seja nas redações de Pernambuco ou de São Paulo, cidade que também serviu de parâmetro para esta pesquisa a partir de conversas virtuais realizadas com profissionais daquele estado. O intuito para o bate-papo – realizado em grupos via Skype no decorrer de três dias alternados e com comunicadoras mulheres que atualmente são integrantes ou não de redações, mas todas elas com experiências de coberturas e reportagens, duas inclusive em assessoria de clubes – foi de testar a hipótese de que ainda é difícil para a grande maioria das mulheres o acesso ao universo esportivo, ao contrário dos homens em funções iguais. Desde o tratamento dado pela chefia imediata até a execução de trabalhos secundários, sem relação direta com o ofício do jornalismo, vieram à tona relatos comuns entre todas elas, e alguns particulares, todos atravessados pela discriminação e pelo machismo.

A estranheza da presença da mulher no jornalismo esportivo advém, como já foi ressaltado em linhas anteriores, de um pensamento culturalmente machista. Não cabe à mulher, portanto, inserir-se em um meio que não é o dela. É como se houvesse por parte das mulheres que integram ambientes esportivos uma gana de forçar a barra, impor um

desejo que na verdade, para quem se alinha a esse tipo de pensamento, é realizado para provar capacidade, não necessariamente por gostar de estar ali envolvida em assuntos que deveriam dizer respeito tão somente a homens.

Dentre as diversas reações, na maioria desfavoráveis à participação de mulheres em programas esportivos ou comentando futebol de uma maneira geral, o que me chamou mais a atenção foi a quantidade de pessoas que buscavam "legitimar" seus argumentos com palavras de baixo calão, tratando da mulher como meros objetos e com a função exclusiva de dar prazer aos homens e/ou cuidar da casa, interessadas apenas em dinheiro e, mais que isso, afirmando que deveriam conformar-se com sua posição pois, como afirmou um dos comentaristas, "quem mandou nascer com o equipamento errado", o que não é de maneira nenhuma diferente do tratamento dado, por exemplo, às torcedoras ou outras mulheres que de alguma maneira imponham seu conhecimento e paixão pelo futebol de maneira aberta (STAHLBERG, 2011, p.96).

Dos grupos da pesquisa focal, formados em sua totalidade por nove mulheres jornalistas esportivas, houve em uníssono a mesma queixa: preconceito, assédio, credibilidade questionada e menosprezo em relação às apurações feitas, por vezes, em condições adversas e com tratamento diferenciado em relação a colegas homens a quem eram delegados exercer as mesmas funções. Ou seja, em números percentuais das mulheres que participaram das conversas nos grupos, 100% delas trouxeram relatos idênticos acerca das diferenças de tratamento pelas quais passavam, desde quando eram enviadas a registrar um treino, participar de coletivas ou fazer coberturas de partidas de futebol – neste caso, com equipes “secundárias”, sem grande valia para a competição, em detrimento do que faziam os jornalistas homens, que seguiam no mesmo dia e hora para coberturas de lances de outro treino “mais importante” e/ou de times que eram protagonista de uma determinada competição.

Uma das jornalistas – mulher branca, 37 anos, lésbica, solteira - que compôs um dos grupos para esta pesquisa atestou a realidade de um ambiente esportivo com o qual conviveu por pelo menos seis anos. Um cenário – redação de um dos grandes jornais de São Paulo – que a jornalista descreve como “discriminatório, machista e homofóbico”.

Havia o que posso chamar de guerra implantada na redação, no sentido de disputa de egos e sobreposições de funções, e isso começava da chefia maior até o editor que, sem disfarçar, delegava as notícias principais do dia a dois colegas homens, um deles inclusive estagiário à época e eu já profissional com dois anos de experiência jornalística em esportes. Enfrentei dois

preconceitos: como mulher jornalista voltada para o universo esportivo – inicialmente fazendo modalidades “coadjuvantes” como basquete e vôlei para depois adentrar os campos de futebol feminino e masculino. E a outra barreira foi minha condição de lésbica e o desdém de não aceitar assédios sofridos rotineiramente por parte dos homens da redação que não hesitavam em colocar a suposta masculinidade deles à minha disposição. Quando ouviam o meu “não”, sempre sonoro inclusive, me repudiavam criticando as matérias e tecendo comentários preconceituosos sobre o universo LGBTQ+. Além do que, por ser mulher e fazer um biotipo heteronormativo – eu ia trabalhar maquiada e aos olhos deles, eu era feminina, condição que não me credenciava a gostar e entender de futebol e discutir com eles, de igual para igual – causava o que me parecia uma certa irritação na ala homofóbica da redação, cuja percepção do que deveria ser uma mulher lésbica era errônea: eu deveria me vestir como homem e me portar como tal. “Se você fosse meio hominho, podia sentar e tomar cerveja com a gente e também falar de mulher, já que é o que você gosta. Mas como alguém assim tão ‘feminina’ que você é, não combina com nosso raciocínio. (8Jornalista de São Paulo).

Também de São Paulo, outra profissional do jornalismo – mulher branca, 33 anos, casada, sem filhos - atestou o quão presente se faz dentro da realidade de uma assessoria esportiva de um time de futebol, a rotina de preconceito e assédio contra mulher. Com experiência de dez anos de atividades jornalísticas em uma redação de jornal, alternando entre editorias de Cultura e Coluna Social, o aventurar-se em uma assessoria de imprensa do seu time do coração foi o que a levou a pedir demissão e seguir o sonho de unir o útil da profissão com o agradável de estar ao lado dos ídolos. Inicialmente alocada para o time sub-15 de futebol de homens – cuja faixa etária tinha a média de 13 anos, fato que não a tirou das garras do assédio, inclusive, pelos pais dos atletas – não durou muito tempo para migrar para a assessoria da equipe principal. Embora seu papel fosse limitado a mediar as entrevistas concedidas pelos jogadores à imprensa e entregar, em uma espécie de relatório, as principais perguntas feitas pelos colegas e eventuais “tropeços” nas respostas que porventura os atletas dessem.

Em determinada ocasião, o assessor de comunicação principal do clube precisou se ausentar por causa de problemas de saúde, ela assumiu o papel e chegou a pensar que dali em diante ficaria com êxito na função que havia escolhido no jornalismo esportivo. Mas a rotina de assédios e preconceito com o trabalho que exercia, inclusive junto a dois

---

<sup>8</sup> Em conversa com a pesquisadora, realizada em fevereiro de 2021 via Skype

treinadores que passaram pelo clube durante o tempo em que estive à frente da assessoria por três anos, tirou dela a ambição de seguir adiante naquele ambiente.

Passei a ouvir novamente o velho discurso de que eu, como mulher, o que estava fazendo ali? Questionamento que vinha de alguns dos atletas do elenco e dos técnicos que comandaram o time na época. Ouvia coisas do tipo: “Você é bonita demais, tinha que ser modelo” ou “Vamos tomar um café? Quero saber se você entende mesmo de futebol ou está aqui só para nos encantar com sua beleza”. Levei por algumas vezes esses assédios ao meu superior, que era homem e até então não havia dado sinais de que compactuava da mesma opinião com os colegas. Havia da parte dele respeito, inclusive pelo meu trabalho, elogiado que era. Mas essa realidade perdurou até ele ouvir as minhas queixas e sair, claro, em defesa dos assediadores. “Mas eles não estão errados, você é muito bonita mesmo e é diferente de outras mulheres que já passaram pela assessoria. Você não é masculinizada, você anda como uma mulher ‘normal’, sem trejeitos masculinos e por isso atrai os homens do clube. Sinta-se lisonjeada, jamais ofendida”. Ouvir isso foi o suficiente para pedir meu deslocamento para o time feminino do clube, onde estou até hoje. (9Jornalista de São Paulo).

Em outro grupo, dessa vez formado por três mulheres do jornalismo local, as coincidências nas conversas ratificaram o que foi identificado nos papos anteriores com as jornalistas de São Paulo. Houve relatos de discriminação, desprezo pelo trabalho e assédio. Contudo, uma delas – que à época da entrevista para a pesquisa estava sem emprego – chamou a atenção para um dos motivos que ela afirma ter culminado em seu desligamento da empresa de comunicação em que trabalhava: era mulher, em meio a uma maioria de homens. Condição esta que teria sido decisiva para o ciclo de demissões na época, fazendo com que o número de mulheres na editoria de esportes do espaço ficasse zerado.

Buscando driblar o preconceito e a falta de oportunidade que se fazia presente em seu dia a dia em uma editoria de esportes, como alternativa ela – mulher branca, 41 anos, casada - procurou se colocar à disposição de multitarefas e em mídias diversas dentro da redação: ora estava assinando matérias para o impresso, ora se colocava como formadora de opinião em colunas na internet e participava, também, de programas de rádio cujo assunto principal era o futebol. Fato que a colocava como espelho de uma realidade ignorada pelas grandes redações de jornais, assim como em outros ambientes midiáticos, a exemplo da televisão: se as mulheres se fazem maioria no jornalismo, nada mais natural que ocorra uma paridade em assuntos esportivos nos veículos de comunicação.

---

<sup>9</sup> Em conversa com a pesquisadora, realizada em fevereiro de 2021 via Skype

Eu passei a ficar atenta a alguns sinais de que meu lugar não estava garantido tão somente pelo fato de eu ser mulher. E mulher que entendia de futebol, que debatia olho no olho um pós-jogo e sabia que não deixava a desejar, ao contrário, conseguia derrubar muitos dos argumentos que eu ouvia de homens tidos como experientes no assunto. Ainda assim, eram comuns os olhares atravessados. Lembro de uma vez em que fui deslocada para uma partida importante, a principal de uma rodada do Campeonato Estadual na época. Eu era respaldada pela chefia, que elogiava minhas abordagens nas matérias e isso causava um certo desconforto por parte de alguns colegas de bancada. Ter feito a cobertura desta partida principal me credenciou a escrever uma coluna e a participar de debates sobre os jogos de futebol. Mas ainda assim eu me sentia deslocada e ameaçada todas as vezes que vinham as especulações das demissões na redação. Consegui me livrar das primeiras listas, mas, minha vez havia chegado e em particular, ouvi de um colega que teve acesso aos “critérios” para a demissão: “Sabe como é, né? Entre um bando de homens e uma mulher no setor (esportivo), ‘os caras’ não pensam duas vezes. Mas você é boa, entende do assunto. Ainda assim, busca outra área no jornalismo porque mais cedo ou mais tarde, isso vai acontecer de novo em outro lugar que você for trabalhar com futebol. Boa sorte!” (<sup>10</sup>Jornalista de Pernambuco).

As realidades trazidas pelas jornalistas descritas nestes depoimentos se assemelham às demais, narradas nos outros grupos – que contabilizam quatro profissionais mulheres, atuantes em redações ou com experiência em notícias esportivas. Há particularidades pontuais, mas os discursos seguem afinados quando o tema se volta para os constrangimentos sofridos dentro da rotina de trabalho. Das quatro entrevistadas restantes, uma delas recordou o tempo em que, como estagiária e depois como profissional de uma mídia televisiva local em um programa esportivo, se manteve por trás das câmeras por não atender a requisitos de beleza sutilmente impostos pela editora-chefe que comandava o programa na época. Segundo ela – mulher negra, 27 anos, solteira - havia uma ascensão à carreira como produtora, desacelerada quando passou a questionar a admissão de uma colega jornalista que de imediato foi para a frente das câmeras comentar sobre futebol, já que atendia a um padrão “condizente”. Em paralelo à beleza da mulher exaltada e exposta no jornalismo esportivo televisivo, o que se vê é a não-consideração de mérito profissional, fator que deveria ser crucial quando da contratação, tanto quanto deveria servir de requisito para aferir audiência.

A televisão, por ser um veículo que necessita da imagem, faz grande uso do que é chamado de “visualmente belo”. E isso inclui os seus profissionais que estão diante das câmeras. O que se observa, no

---

<sup>10</sup> Em conversa com a pesquisadora, realizada em fevereiro de 2021 via Skype

entanto, é que as exigências não são as mesmas para homens e mulheres. Na televisão, não é difícil encontrar homens acima do peso, carecas, de cabelo branco, algo muito mais raro quando se trata de mulheres. (OLIVEIRA, A; OLIVEIRA, N, 2017, p. 13).

Vale acrescentar que dentro dos depoimentos do grupo focal formado para traçar paralelos entre o jornalismo esportivo local e o de São Paulo, exercido por mulheres, houve caso de uma delas ser mulher negra e na época em que trabalhava na emissora estar acima do peso. Um biotipo que foge de biótipos comuns de mulheres brancas e loiras comuns nos canais de TV, como se vê nas emissoras direcionadas ao universo dos esportes, a exemplo dos canais SporTV, Fox Sports e ESPN. As apresentadoras Daniela Boaventura e Lívia Nepomuceno, ambas da ESPN/Fox Sports; Ana Thaís Matos, Vanessa Riche, Renata Mendonça e Gabriela Moreira (SportTV) são exemplos padronizados de beleza televisiva. Já a gaúcha Karine Alves, negra, é exceção dentro deste universo de jornalistas mulheres e brancas. Atualmente apresentadora de um programa que promove comentários pós-jogos de futebol no SporTV – na bancada fica sob o seu comando o direcionamento das matérias e a mediação junto a comentaristas homens – Karine também chegou à TV aberta no Esporte Espetacular da Globo, sendo a primeira negra a ocupar o espaço no programa em um intervalo de 15 anos.

Entrei com estagiária para produção da TV e migrei um tempo depois para fazer um programa esportivo. Não demorou e me tornei profissional, fui contratada e segui por trás das câmeras sem deixar de manifestar o meu desejo em mudar de lado, talvez apresentar, comentar, mediar um debate sobre futebol. Recebia de minha chefia a promessa de que a grade da programação, tão logo fosse alterada e com algumas novidades, eu poderia ser indicada. Antes, porém, passaria por um teste para ver minha desenvoltura diante das câmeras. Para minha surpresa não tardou de ser testemunha de uma contratação de uma colega que passou a dividir um programa esportivo com um jornalista do meio, homem. Na verdade, ela já era da casa e assim como eu, desejava a mesma coisa. A diferença é de que ela não era negra e tinha cabelos lisos. Fui subestimada sobre minha capacidade em exercer outra função quando veio um elogio em tom de recado: “Contente-se de ficar onde você está, você é reconhecida, é elogiada. Porque para a frente das câmeras, você não leva jeito” (<sup>11</sup>Jornalista de Pernambuco).

## **2.4 Pouco espaço para esportes praticados por mulheres**

---

<sup>11</sup> Em conversa com a pesquisadora, realizada em fevereiro de 2021 via Skype

Quando se trata do acesso ao esporte praticado por mulheres no Estado, os três principais jornais de Pernambuco (Folha de Pernambuco, Jornal do Commercio/JC e Diário de Pernambuco/DP) são equivalentes quanto a não abordagem que fazem ao segmento em suas diferentes modalidades. Apenas o caderno Superesportes, do DP<sup>12</sup>, possui uma aba específica dedicada ao futebol feminino, embora de forma genérica – mesmo com os times locais, Sport e Náutico em plena disputa pelo acesso à Série A1 do Campeonato Brasileiro da categoria.

Os outros jornais do Estado sequer dispõem de abas ou acessos voltados especificamente para os esportes praticados por mulheres. A Folha de Pernambuco, por exemplo, em 53 páginas virtuais sobre esportes – com uma média de 18 notícias por página, no período de 17 de agosto a 20 de outubro de 2020 – dispunha apenas de 42 fatos acerca de mulheres nos esportes, ou seja, de pelo menos 954 publicações, menos de 1% estavam relacionadas às atletas femininas<sup>13</sup>. Realidade semelhante pode ser também confirmada no site do JC.

Diferente de portais locais, o site gaúcho GZH dedica página exclusiva para publicações sobre futebol praticado por mulheres, com atualizações em tempo real do universo futebolístico delas, incluindo outros estados, com desdobramento equivalente a todos os times – no entanto, apesar de ser um canal direcionado e, portanto, reinar diante da escassez de cobertura de mulheres praticantes de esportes, não abrange outras modalidades senão o futebol<sup>14</sup>. Tal qual o site da Gazeta Esportiva<sup>15</sup>, que noticia “apenas” a bola em campo levada por mulheres e o portal Esporte Band<sup>16</sup>, que segue a mesma linha de explorar a categoria do futebol feminino, contudo, não se atém às demais modalidades esportivas praticadas por mulheres.

Os próprios sites dos três principais clubes de Pernambuco são exemplos que reforçam a inoperância da comunicação como ferramenta de combate à discriminação e indiferença da modalidade futebol feito por mulheres. Na página oficial do Sport Club do Recife, por exemplo, a notícia mais atualizada que se tem acerca do assunto data de 9 de março de 2020, com o seguinte título: “Leoas se preparam para a estreia no Campeonato Brasileiro A2”, quando na verdade a competição estava em curso desde o mês de agosto

---

<sup>12</sup> Link <https://www.pe.superesportes.com.br/futebol-feminino/> Acesso em 05.10.2020

<sup>13</sup> Link <https://www.folhape.com.br/esportes/p/1/>. Acesso em 05.10.2020

<sup>14</sup> Link <https://gauchazh.clicrbs.com.br/ultimas-noticias/tag/futebol-feminino/>

<sup>15</sup> Link <https://www.gazetaesportiva.com/futebol/futebol-feminino/>

<sup>16</sup> Link <https://esporte.band.uol.com.br/futebol/futebol-feminino/> Acesso em 05.10.2020

de 2020<sup>17</sup>. Já a página do Clube Náutico Capibaribe, embora eventualmente saia com destaque em notícia tipo “carrossel” para esportes praticados por mulheres que representam o clube – a exemplo do vôlei e do futebol – não destoa quando em um “tour” pelo site, mais especificamente em abas como “elenco profissional” e “campeonatos” não se cogita leitura sobre alvirrubras desportistas<sup>18</sup>.

O acesso às notícias sobre as mulheres atletas do Náutico pode ser feito em uma aba intitulada “comunicação > notícias”. No entanto, ao ser aberta, o que se vê é um misto de matérias com algumas “perdidas” falando acerca das mulheres praticantes de esportes pelo clube<sup>19</sup>. Já o site do Santa Cruz Futebol Clube, a notícia mais recente a respeito do time feminino tricolor data de abril de 2019<sup>20</sup>.

Os exemplos acima expostos são indicativos de que as mulheres profissionais de mídia, assim como as atletas e ex-atletas, são minoria no cenário midiático, raramente ocupam cargos de chefia – seja nas redações, nos clubes ou em outras entidades esportivas – face a predominância masculina enraizada na cultura esportiva, efeito direto do machismo estrutural. Uma situação ainda mais agravante quando se trata de mulheres jornalistas negras.

É por essa razão que a criação de fontes de notícias, como o protótipo de um website proposto por esta pesquisa, se faz importante, para universalizar fatos noticiosos produzidos por mulheres, diante da ausência de ferramentas desta natureza que estabeleçam com propriedade e fomentem dentro do ‘público feminino’ discussões acerca de tais temáticas. Assim, o produto, deverá contribuir como mais um instrumento de emancipação feminina, como bem pontuou Castellani Filho (2005), ao citar que o esporte pode ser uma das formas de nos apropriarmos do mundo.

Entendemos o esporte como um dos fenômenos culturais mais significativos do mundo contemporâneo. E quando falamos de cultura, nos referimos ao espaço vital que os seres humanos constroem (...). Deste modo, podemos conceber a atividade humana externada através do esporte, com uma das formas que se colocam pra nós de nos apropriarmos do mundo (CASTELLANI, 2005, p. 11).

---

<sup>17</sup> Link <https://sportrecife.com.br/categorias/futebol-feminino/>. Acesso em 25 de setembro de 2020

<sup>18</sup> Link <https://www.nautico-pe.com.br>. Acesso em 05 de outubro de 2020.

<sup>19</sup> Link <https://www.nautico-pe.com.br/noticias> Acesso em 05 de outubro de 2020

<sup>20</sup> Link <http://www.santacruzpe.com.br/noticias/> Acesso em 25 de setembro de 2020

### **3. PROPOSTA DE WEBSITE**

#### **3.1 Processo metodológico**

O processo de construção do *website* começou a partir de um trabalho que envolveu metodologicamente a pesquisa exploratória, combinada com uma pesquisa qualitativa que se deu por meio de entrevistas com grupos focais entre mulheres jornalistas de Pernambuco e de São Paulo – etapa essencial para dar continuidade à pesquisa esmiuçada neste relatório técnico, uma vez que se fazia necessário trazer à tona realidades vivenciadas por profissionais da comunicação envolvidas em temáticas acerca dos esportes. Assim como foi fundamental partir para o levantamento de sites de notícias esportivas similares, fato que consolidou a conclusão de que o *website* proposto nestas linhas traz um certo ineditismo dentro da forma que se pretende trabalhar com ele, a saber: produção de notícias esportivas produzidas tão somente por jornalistas mulheres, e sob a ótica destas, mas também como um espaço de conscientização e de combate ao preconceito, a discriminação, o racismo e a violência contra todas as mulheres que trabalham no âmbito esportivo.

##### **3.1.1 Entrevistas focais**

Em se tratando dos grupos focais, formado no todo por nove mulheres jornalistas pernambucanas e paulistas, os encontros foram divididos em três etapas e em dias diferentes, já que houve a impossibilidade de juntar todas em uma única reunião. Em uma primeira etapa, quatro jornalistas de São Paulo trocaram informações e trouxeram à tona suas realidades nos respectivos ambientes de trabalho. No formato entrevista semiestruturada, questões foram levantadas dentro do universo de cada uma delas, já que havia vivências diferentes, com passagens por redações de jornais, mas também por assessorias em clubes de futebol. Tal qual ocorreu com o segundo grupo, formado por três jornalistas locais, todas com experiência em editorias esportivas de redações de jornais, uma delas como estagiária e as demais como profissionais. No último grupo, a entrevista ocorreu com duas jornalistas também locais, uma delas trouxe a realidade como assessora de um dos times de futebol da capital pernambucana.

Conclusões decorrentes das entrevistas atestaram, a partir dos relatos ouvidos e de questionamentos respondidos, práticas similares em relação ao preconceito e à

discriminação sofridos no exercício das funções que lhes cabiam enquanto jornalistas esportivas ou assessoras de imprensa nos clubes. Ficou também evidenciada a desvalorização do trabalho de todas elas, por serem mulheres. Pontualmente, cada uma delas declarou ter percebido descaso, indiferença e observações dispensáveis quando voltavam de suas apurações ou mesmo matérias já consolidadas, por parte dos repórteres e/ou dos editores que compunham a editoria ou integravam o quadro das assessorias. Um diagnóstico que confirmou o quanto ainda é tolhida a participação da mulher no setor, conclusão que elucidou e estimulou a produção de um *website* pensado, exatamente, em contribuir para mudar a realidade como a que foi trazida nesta etapa dos grupos focais.

### 3.1.2 Pesquisa de sites similares

Outra etapa que contribuiu para a construção de um espaço cujo foco pretende mediar a relação entre comunicadoras e o universo dos esportes, foi a pesquisa de *sites* similares. Todos eles, apesar de esboçarem em seus conteúdos assuntos relacionados ao desporto praticado por mulheres, não mostravam produções integralmente assinadas por jornalistas mulheres e tinham, em comum, a prevalência do futebol como norte das notícias – e em especial sobre o futebol jogado por mulheres.

Inserir a pesquisa de similares dentro do projeto foi, sobremaneira, importante. E vale reiterar que dentro do universo pretendido para o website foi essencial percorrer por outros sítios de internet em busca de assuntos voltados para notícias esportivas analisadas por mulheres. Ao mesmo tempo em que, constatar em todos os endereços pesquisados que existem mulheres comunicadoras que não são colocadas como críticas e/ou analistas principais dos assuntos, já que seguem dividindo os espaços com colegas homens, impulsionou ainda mais a ansiedade em fazer valer a proposta de efetivar um site produzido tão somente por elas. Por mais que pareça óbvio, ou ao menos devesse parecer, a criação de um website de notícias esportivas produzidas por mulheres passa a ser uma novidade dentro do contexto do jornalismo.

Dez endereços virtuais foram pesquisados. O primeiro deles Planeta Futebol Feminino ([www.planetafutebolfeminino.com.br](http://www.planetafutebolfeminino.com.br)). Como o nome já entrega, trata apenas da modalidade praticada por mulheres, sob a ótica de comunicadores. Já o site Joga Amiga (Mapa do Futebol Feminino), cujo endereço na web é [www.jogaamiga.com.br](http://www.jogaamiga.com.br), traz de pronto na *home* principal, o clamor: “Ajude a Fortalecer o Futebol das Mulheres”. Um cartão de visita que, isoladamente, demonstra que a proposta é valorizar a modalidade

e as mulheres que a praticam, em uma realidade dominada, inclusive na mídia, pelo gênero masculino. Vale destacar que os conteúdos do *site* são assinados por mulheres que não são, necessariamente, jornalistas. Além disso, há artigos e colunas subscritas por homens. O Dibradoras – proposto por mulheres e com a premissa: “Lugar de mulher é no esporte” – é hospedado no site do UOL e reverberado em redes sociais. Entre as matérias que não escaparam à pesquisa, está uma que trata sobre a primeira jogadora trans do futebol argentino<sup>21</sup>, fato que chamou a atenção a ponto de contribuir para o produto (*website*) que contará com abas voltadas a assuntos esquivados do universo futebolístico, como o é o das pessoas trans.

Em formato de blog, o Elas nos Esportes ([elasnoesporte.wordpress.com](https://elasnoesporte.wordpress.com)) traz o desejo de falar sobre o assunto na própria descrição de sua autora, uma estudante de jornalismo que diz sentir falta da divulgação de conteúdos femininos em editorias de jornais, sites e telejornais. O Futebol na Veia<sup>22</sup>, assim como outros citados nesta parte do relatório, enfatiza a modalidade praticada por mulheres e sob o ponto de vista também de jornalistas mulheres. Em parte, essa é a mesma proposta do podcast “ffDePrimeira”, que também é alimentado em uma página no Instagram (@ffdeprimeira) e aborda o futebol feminino, mas não necessariamente com assinaturas de mulheres em seus conteúdos. E partindo para o viés dos sites esportivos mais midiáticos e conhecidos, que de uma forma geral trazem o universo do desporto praticado por mulheres, embora sem destaque, foram visitados os endereços da UEFA ([uefa.com/women](https://uefa.com/women)); Gazeta Esportiva ([gazetaesportiva.com/futebol/feminino](https://gazetaesportiva.com/futebol/feminino)); El País ([brasil.elpais.com/noticias/deporte-feminino](https://brasil.elpais.com/noticias/deporte-feminino)) e Esporte/Band ([esporte.band.uol.com](https://esporte.band.uol.com)). Todos contribuiram para alicerçar o *website* proposto neste relatório, mas muito mais em termos de estrutura do que necessariamente pelo material explorado por cada um deles.

## 3.2 Proposta de Website

### 3.2.1 Conceito

O website, inicialmente denominado de “Jornalismo Esportivo Por Elas” – cujo protótipo segue em anexo a este relatório – tem foco no jornalismo esportivo produzido

---

<sup>21</sup> Matéria pode ser acessada no endereço <https://dibradoras.blogosfera.uol.com.br/2021/03/01/1a-jogadora-trans-no-futebol-argentino-hoje-posso-ser-quem-realmente-sou/>

<sup>22</sup> [www.futebolnaveia.com.br/futebol/feminino](http://www.futebolnaveia.com.br/futebol/feminino)

por mulheres da comunicação. O intuito é dar espaço, explorar matérias acerca do desporto sob a ótica de profissionais do gênero e com informações direcionadas a quaisquer públicos, para desconstruir a cultura machista no jornalismo esportivo e levar a outras mulheres que, presas a visões machistas acerca da temática, poderão interagir e explorar conteúdos com linguagens acessíveis e facilitadoras para acesso ao universo escasso e ainda dominado por homens. Estes poderão participar como ouvintes, leitores ou telespectadores, inclusive para conhecer a ótica feminina em análises e resenhas escritas sobre partidas de futebol, por exemplo, dos times masculinos do Estado. Não há a ideia de exclusão de modalidades esportivas praticadas por homens. O que se pretende é a predominância do assunto relacionado às mulheres, enquanto produtoras dos conteúdos e praticantes de esportes.

Como já dito, haverá no site predominância de assuntos relacionados ao desporto feminino, com abas específicas. O esporte local ganhará abas exclusivas, incluindo ao menos as principais modalidades praticadas no Estado, fato que inclui desde o futebol dos três grandes times do Estado: Sport, Náutico e Santa Cruz. Mas equipes do interior também vão integrar a programação, assim como mulheres esportistas do basquete, vôlei, handebol, natação e outra diversidade de desportos praticados por elas. Outras abas vão integrar a estrutura do site, algumas delas direcionadas especificamente ao contexto do feminismo nos esportes com programação de mesas, debates e entrevistas que podem acontecer em diversos formatos de mídia, entre eles vídeo, podcasts ou colunas escritas por jornalistas mulheres e também por atletas mulheres que desejarem explorar o espaço para narrativas acerca de seus cotidianos, haja vista que à frente de suas profissões, são mulheres que acumulam funções de mães, esposas e provedoras do lar.

No planejamento do site há, também, a ideia de editoriais ao menos quinzenais escritos pelas jornalistas que integrarem o site, alternando, entre eles, narrativas apenas de profissionais negras da comunicação. Para estas, inclusive, constarão abas direcionadas a assuntos que girem em torno do racismo nos esportes – dentro das redações ou em campo, em quadra ou nas piscinas e em quaisquer modalidades praticadas pelas mulheres negras. Na programação, o espaço dedicado ao gênero mulher e à raça negra, ganhará também interatividade em debates específicos promovidos por mulheres negras e mulheres brancas do jornalismo local e nacional. Reitere-se que o intuito é igualar as inserções entre raças, contribuir para que a mulher negra tenha um lugar de fala, inclusive – e talvez principalmente – para trazer o feminismo negro dentro do que deve integrar a programação do website acerca das discussões de gênero no universo esportivo.

Feminismo negro, aliás, ainda pouco explorado embora de importância singular dentro da esfera do Movimento Feminista, haja vista o termo se desdobrar tanto pela questão de gênero, quanto pela questão de luta antirracista.

É o que se pode proclamar de minoria dentro da minoria, cujo acolhimento e visibilidade são focos do que se pretende dentro do site, dando vazão dessa forma para que o preconceito duplo de gênero e de raça percam força dentro do ambiente dos esportes e no mercado de trabalho. Como bem assevera Djamila Ribeiro (2018), em seu livro “Quem tem Medo do Feminismo Negro”, em capítulo que aborda o tema como um marco civilizatório, “Mulheres negras vêm historicamente pensando a categoria “mulher” de forma não universal e crítica, apontando sempre para a necessidade de se perceber outras possibilidades de ser mulher” (p. 27). A autora segue, ressaltando sobre a invisibilidade da mulher negra dentro da pauta feminista.

Dentro da mesma lógica, a teoria feminista também acaba incorporando isso e estruturando o discurso das mulheres brancas como dominante. Assim, contradiscursos e contranarrativas não são importantes somente num sentido epistemológico, mas também no de reivindicação de existência. A invisibilidade da mulher negra dentro da pauta feminista faz com que ela não tenha seus problemas nem ao menos nomeados. E não se pensa em saídas emancipatórias para problemas que nem sequer foram ditos. A ausência também é ideologia. (RIBEIRO, 2018, p. 28).

É importante o enegrecimento no feminismo, expressão que explica a trajetória das mulheres negras dentro de movimentos feministas. E como bem pontua Sueli Carneiro (2003).

A consciência de que a identidade de gênero não se desdobra naturalmente em solidariedade racial intragênero conduziu as mulheres negras a enfrentar, no interior do próprio movimento feminista, as contradições e as desigualdades que o racismo e a discriminação racial produzem entre as mulheres, particularmente entre as negras e brancas no Brasil (CARNEIRO, 2003, p.16.)

Ampliar os espaços e permitir o protagonismo de mulheres negras, mesmo dentro de um universo restrito de um website, como proposto neste trabalho, é mais uma iniciativa de combate ao racismo no âmbito das questões de gênero no mercado de trabalho. O website, portanto, pretende ampliar discussões acerca de temáticas como a luta do feminismo negro dentro de movimentos feministas, para culminar na paridade e na justiça social entre as próprias mulheres que são uníssonas quanto a premissas de

gênero, mas destoam em se tratando de equivalência incorporada ao mercado de trabalho, inclusive – e diria, principalmente – no âmbito do jornalismo esportivo, seja em redações de jornais ou fora delas.

### 3.2.2 Conteúdo

No website “Jornalismo Esportivo Por Elas”, em sua forma e conteúdo, haverá tão somente mulheres assinando matérias, mediando podcasts, tomando a frente em entrevistas e apurações, gerindo debates e assinando (ou não) editoriais que, pretende-se que sejam periódicos e com cunho opinativo independente. Embora, vale frisar, não serão obstadas publicações acerca do desporto praticado por homens, ao contrário, será um contexto também explorado e sob a ótica de uma comunicadora. Mas da *home* principal às abas que perfazem o site, assim como em todas as demais estruturas – que serão também, compostas por vídeos e imagens – o universo dos esportes praticados por mulheres terá prevalência, em quaisquer modalidades, especialmente no âmbito das atletas locais – fato que não impede que também seja dada notoriedade em competições esportivas nacionais que tenham a participação de mulheres.

Em princípio, cinco abas devem compor a estrutura do site e servirão para abarcar os seguintes conteúdos: “De Mulher, Sobre Mulheres” será uma espécie de cartão de visita – algo do tipo “sobre nós”, comum em apresentações de sítios na internet – para quem acessar. Nesta parte, uma síntese de todo o conteúdo que poderá ser explorado vai elucidar em poucas palavras a proposta de que ali o contexto será um jornalismo esportivo produzido tão somente “por elas”. Abaixo desta aba seguirá outra denominada “Quem São Elas”, remetendo o internauta a uma biografia resumida de toda a equipe fixa que compõe o site.

Na sequência, com a aba “Elas em Destaque”, em um clique estarão à disposição notícias esportivas cujo protagonismo será da mulher atleta, na atividade ou as que já estiveram no desporto e exercem outras funções dentro do mesmo universo, à frente de confederações, prática administrativa e afins. Aba, inclusive, inserida após sugestão junto aos encontros com os grupos focais. Das nove comunicadoras entrevistadas, três relataram experiências de terem voltado às respectivas redações com ideias de pautas sobre, por exemplo, times de futebol de mulheres comandado por uma técnica – fato ainda incomum em equipes do futebol de todo o País. Em 2019 havia apenas duas mulheres gerindo times, entre os dezesseis clubes de futebol que integram a Série A1 da modalidade

feminina: Emily Lima, no Santos, que atualmente está à frente da Seleção Feminina de Futebol do Equador e Tatiele Silveira, da Ferroviária. Ambos, times de São Paulo.

Em seguida, na aba “Clica que a Gente Conta”, constarão atualizações sobre resultados de jogos, contratações de atletas e dirigentes, formação de equipes para campeonatos, desempenho individual, polêmicas e quaisquer outros assuntos relacionados. Em seguida, na aba “Antes de Atleta, Mulher”, a ideia é trazer à tona a realidade de mulheres que desempenham multifunções: são mães, esposas, donas de casa e... atletas. Por vezes, não necessariamente nesta ordem, haja vista que não é incomum que elas consigam ser “apenas” parte de tudo isso – haverá inclusive discussões acerca do rendimento em campo, por exemplo, em se tratando de atletas do futebol, o quanto o foco não-direcionado apenas no ofício de jogadora pode comprometer um maior ganho em campo, fato que não acomete a maioria dos atletas homens que não se dividem em outros ofícios além do fazer esportivo.

Portanto, a aba em específico pretende colher depoimentos, ouvir desabaços, dar espaço a mulheres que se enquadram no contexto de irem além das profissões, acumulando ofícios, sacrificando um deles ou até todos eles em nome do esporte. Aba também inspirada pelos depoimentos colhidos nos grupos focais. Unanimidade entre as comunicadoras entrevistadas, esse acúmulo de papéis percebidos por elas enquanto jornalistas setoristas de editorias de esportes e assessoras de imprensa em clubes, nunca foi levado em conta para produção de matérias acerca do assunto, mesmo quando chegavam com apurações que traziam à tona a realidade de jogadoras de futebol que alternavam entre amamentar o filho recém-nascido e o aquecimento para um coletivo. Outra rotina trazida como comum de ser percebida pelas jornalistas era, também, a pressa em sair correndo no fim de uma partida porque precisava estar em casa para preparar o almoço do dia seguinte ou para cumprir um compromisso matrimonial previamente combinado com o companheiro que “fazia questão” de sua presença.

E na aba derradeira, denominada “Vem, Mulher. Participa!”, a ideia é abrir espaço para colaboradoras que queiram participar do site. Uma forma de “terceirizar” conteúdo e receber blogueiras, produtoras de conteúdos relacionados ao desporto praticado por mulheres, bem como quaisquer outros formatos de notícias, debates e opiniões sobre o assunto. A aba funcionará também como um meio de divulgação de outras produções similares ao que propõe o site, como maneira de trocar informações, ideias e aprendizados, compilando materiais diversos, direcionados às mesmas temáticas e reverberando com isso o lugar da mulher, comunicadora de esportes.

Partindo para um outro formato, haverá na estrutura do site o que podemos chamar de “destaques”, com conteúdos que poderão ser visualizados quando a aba “Elas em Destaque” for aberta, além do conteúdo com notícias esportivas cujo protagonismo será de mulheres atletas em atividade ou as que já estiveram na prática do desporto e passaram a exercer outras funções dentro deste mesmo universo, haverá um espaço à parte para o protagonismo da mulher negra no ambiente esportivo – e sob esse aspecto, com produções assinadas por jornalistas negras, para falar sobre desportistas negras, que pode incluir também atletas negros. A ideia é reforçar o empoderamento de raça que, na prática, pode ser apresentado em relatos, entrevistas – em vídeo, inclusive – podcasts ou como matérias especiais sobre a atuação dessas mulheres no mercado de trabalho dos esportes.

Ainda dentro da aba “Elas em Destaque”, haverá uma tabela com principais jogos da rodada de campeonatos importantes do futebol feminino. O futebol, aliás, isoladamente, também terá um espaço reservado. Por ser a modalidade mais popular entre todos os esportes – ao menos no Brasil e em boa parte do mundo – mulheres que escolheram ser jogadoras em campo ou no “salão”, serão trazidas em um “destaque fixo” que vai se ater tão somente a notícias acerca do futebol praticado por elas. Como desdobramento desta temática, em anexo aos fatos noticiosos sobre futebol, haverá um espaço chamado “Elas Batem Bola” com conteúdo de resenhas e análise pós-jogos.

O site inicialmente terá os conteúdos explicitados, mas a ideia é que ele se mantenha aberto, no sentido de acolher outras abas que contribuam e incrementem a proposta de valorizar a mulher dentro do universo esportivo, a exemplo de uma seção para explorar sobre a formação de mulheres-atletas e outros assuntos que tragam à tona um cunho social (necessário) que deve pautar o contexto do site também em outras abas. Uma delas, inclusive, pode ser direcionada a um Podcast produzido por mulheres, com episódios semanais ou quinzenais sobre assuntos relacionados ao empoderamento feminino, sendo esta temática foco incansável da proposta do website, já que foi a partir dela que a ideia em dar espaço à mulher dentro de um universo ainda predominante entre os homens, veio à tona.

(Link do protótipo do site: <https://unicap.jotabosco.com.br/alunos/>)

### 3.2.3 Modelo de negócio

Para viabilizar a sustentabilidade financeira do site, algumas ideias serão colocadas em prática a partir de sua inserção no ar, em uma próxima etapa após finalização em definitivo do protótipo – que segue em anexo a este relatório técnico. Entre as opções pensadas e dentro de uma perspectiva realista de efetivação que consta na proposta do website, haverá espaços para anúncios, publicações promocionais – com teor relacionado ao site e valores defendidos por ele, como o empoderamento feminino e o combate ao racismo e a violência contra as mulheres –, além de contrapartidas em assinaturas de colaboradores, links para lojas com produtos ligados aos esportes bem como produtos que podem ser confeccionados pelo próprio site e colocados à venda. São algumas alternativas pensadas para pensar a remuneração das profissionais e a manutenção do website, seu modelo de negócio.

Também está posta a possibilidade de hospedagem do site no portal da Folha de Pernambuco, empresa a qual a autora deste trabalho está vinculada como jornalista, desde que, sob a condição irrefutável de independência editorial. A Folha foi colocada em “preferência” também por ser uma mídia local e ter alguns diferenciais em relação aos concorrentes, Jornal do Commercio e Diário de Pernambuco, cujos espaços ocupados por mulheres em funções de liderança e chefias de editorias é ínfimo, se comparado com o que a Folha de Pernambuco mantém atualmente em seus quadros, conforme explicitado anteriormente na Tabela 1.

#### 4. CONTRIBUIÇÃO DE CADA DISCIPLINA

O decorrer do Mestrado em Indústrias Criativas trouxe aprendizados diversos que se somaram à trajetória acadêmica de um curso novo e visionário, de olho em um mercado que, “do lado de fora da academia”, urge por praticidades. Entre seminários e disciplinas – eletivas ou obrigatórias – disponibilizados, horizontes foram ampliados e com as boas novas acerca de conceitos até então tecnicamente desconhecidos, a distância entre o cotidiano em sala de aula e a efetividade do que foi apreendido passou a fazer diferença. Um movimento que ganhou fôlego em especial quando algumas disciplinas foram ministradas, entre elas vale destacar “Criatividade e Processos Criativos” e “Narrativas Transmidiáticas”, ambas no semestre inicial e ministradas respectivamente por Alexandre Figueiroa e Dario Brito. Pela importância em conteúdo e como (boas) primeiras impressões do curso, cada uma delas merece que sejam percorridas algumas linhas a mais.

Dentro da proposta da disciplina “Criatividade e Processo Criativo”, uma das cadeiras obrigatórias do Mestrado em Indústrias Criativas, o despertar sobre fatos, inclusive, que soavam óbvios mas não eram assimilados ou, pelo menos, não eram explorados como ideias criativas, foi essencial para “tomar gosto” pela proposta do curso e permitir a saída do campo da abstração para o concreto do mercado de trabalho, inclusive com serventia para o setor de comunicação – tolhido, estagnado e preterido há algum tempo. Para dar robustez a esse contexto, a indicação de leituras (obrigatórias) ainda no início da programação – algumas indicadas, aliás, ainda para o processo seletivo, a exemplo do livro “Economia Criativa: Como Ganhar Dinheiro com Ideias Criativas”, do John Howkins, assim como “Cultura da Conexão” e “Cultura da Convergência”, de Henry Jenkins, foram primordiais para o pontapé e a sequência do que viria no decorrer de todo o Mestrado.

Outra leitura indicada dentro da disciplina “Criatividade e Processo Criativo” diz respeito à definição do que eram as Indústrias Criativas sob a ótica de Pedro F. Bendassoli. Discorrer acerca de um tema, ainda recente – surgido nos anos de 1990 para designar setores nos quais a criatividade é uma dimensão essencial do negócio – e culminar em um conceito extensivo a atividades relacionadas também ao cinema, teatro, música e artes plásticas – foi fundamental para seguir adiante e cada vez mais com curiosidades, fator este que, ao ver da pesquisadora que subscreve estas linhas, foi crucial para o desenrolar do longo caminho que ainda estava por vir.

Já sobre a disciplina “Narrativas Transmidiáticas”, cujas leituras das já citadas obras de Henry Jenkins se fizeram fundamentais, desdobrar em sala de aula as possibilidades de uma mídia que segue em mutação constante foi, o tanto quanto o despertar para conceitos sobre Indústrias Criativas, interessante e estimulante para fundir teoria e prática em relação a temas como ‘convergência’, ‘comunicação digital’, ‘engajamento’ e ‘atividade e passividade do consumidor de conteúdo’, dentre outros. Ainda sobre a complexidade narrativa das novidades que surgem a cada instante acerca das formas de comunicar por meio de multiplataformas, a leitura “Storytelling Transmídia: Narrativa para Multiplataformas”, de João Carlos Massarolo, foi de suma importância para o entendimento da disciplina e ao que ela se propunha dentro do mestrado. Tal qual o foi a leitura do artigo “Reflexões Teóricas e Metodológicas sobre as Narrativas Transmídia”, também de Massarolo em parceria com Dario Mesquita. Entre outras, os títulos transcritos neste parágrafo são só alguns de outros que contribuíram para elucidar questionamentos e consolidar conceitos que não teriam sido abstraídos melhor se não tivessem vindo à tona ainda no nascedouro do curso.

E foi especificamente nesta disciplina sobre narrativas transmidiáticas que o artigo solicitado para conclusão da cadeira “Novas Possibilidades Transmidiáticas como Aliadas da Representatividade da Mulher no Jornalismo Esportivo” passou a reforçar o desejo de seguir adiante com a temática e, dessa forma, culminar com o que se transformaria no projeto de conclusão do mestrado esboçado no decorrer destas linhas como exigência para obtenção do grau de Mestre.

Tais quais as duas disciplinas aqui citadas, outras integram a programação do curso e cada uma em sua forma e conteúdo contribuiu para consolidar mais um degrau acadêmico e com o ímpeto de seguir adiante, debruçando-se em outras possibilidades. A cadeira “Design da Informação” – que teve à frente os professores João Guilherme e Breno Carvalho - foi uma das que deram uma nova roupagem para quem, como esta mestranda, que precisa pensar além do texto, abrindo possibilidades até então ignoradas no que diz respeito, por exemplo, ao uso de infográficos para diversificar conteúdos, dar clareza e objetividade a informações e difundi-las de forma alternativa e engajante.

As eletivas “Linguagens Audiovisuais” – ministrada pelo estimado orientador desta mestranda, assim como “Políticas de Comunicação e Cultura”, que teve à frente o examinador interno componente da banca deste trabalho, Luiz Carlos Pinto Júnior, foram duas disciplinas que aguçaram o desejo de fazê-las porque o intuito, além de acadêmico, se aliava ao prazer em somar conhecimento sobre assuntos que integravam a realidade

cotidiana fora da academia – ora pelo deleite ao cinema, ora pelo imprescindível conhecimento acerca das políticas públicas de uma área com a qual pode ser trabalhada dentro da redação de um jornal, local atual de trabalho desta mestranda.

Antes de adentrar os seminários, que foram também importantes na trajetória do curso, é preciso pairar sobre duas disciplinas, ambas aplicadas por Aline Grego. São elas: “Metodologia de Pesquisa Aplicada” e “Tópicos Avançados em Indústrias Criativas”. Embora técnicas, cada uma delas foi substancial para chegar à etapa final desta jornada porque, por exemplo, foi com Metodologia que a nascente do que hoje consta nestas páginas ganhou seus primeiros esboços – entre correções e sugestões, o que antes era apenas um projeto flutuante no campo da ideias, passou a ter contornos efetivos de que seria posto de forma concreta na realidade do mercado, a partir da disciplina ora esboçada e que trouxe, entre outros saberes, a delimitação do objeto de pesquisa, o alinhamento teórico e a escolha do método, entre outras necessidades para configurar um pré-projeto.

E já se aproximando do final do curso, “Tópicos Avançados” foi apresentada por Aline como o que de mais perto do projeto teríamos. De fato, concluir essa cadeira com a entrega de uma pré-ideia quase consolidada, era o que de mais cobiçado se tinha na ocasião. Era o mais próximo que se podia alcançar de “ser feliz” dentro de todo o percurso do mestrado até então. Portanto, a importância destas cadeiras se faz incontestável dentro do programa de Indústrias Criativas.

Chegando finalmente aos seminários disponibilizados como “plus” do curso, pelo menos dois deles merecem destaque nesta seção da pesquisa: “Economia Criativa: Mercados, Cultura e Inovação” e “Gestão da Experiência do Consumidor” ministrados respectivamente por Simone Jubert e Marcus Augusto Vasconcelos Araújo.

Como complemento das disciplinas os seminários trouxeram suporte e fôlego novo, principalmente para quem tinha o propósito de investir no mercado de trabalho – realidade que, ao menos em tese, era da grande maioria da turma do Mestrado em Indústrias Criativas. Jubert, *Relações Institucionais em Economia Criativa do Porto Digital* - espaço importante dentro do viés da tecnologia do Recife, cujo ambiente de inovação se faz um dos mais evidentes do País – trouxe sua abordagem sobre processos criativos, teorias e paradigmas da cultura, estudos de casos e a relação da economia criativa junto às organizações, além de ter traçado paralelos com textos de Pierre Bourdieu, sociólogo francês, e todo o poder simbólico que sustenta o seu referencial teórico. O seminário, no entanto, não teve sequência em face de problemas de saúde de Simone Jubert, comprometendo o arremate da proposta.

Já Marcus Araújo – à época, pesquisador do Núcleo de Pesquisa GIRO/UFPE (Gestão de Inovação em Redes de Operações) – no seminário “Gestão da Experiência do Consumidor” trouxe à tona, com casos reais, discussões e consequentes soluções dentro de perspectivas teóricas e práticas do mercado, incluindo conteúdos que passavam por todos os estágios de processo de consumo, desde a pré-compra até o pós-compra. Dentro do programa do curso foi um dos seminários mais interessantes vivenciados pelos alunos do mestrado, que se viram inseridos nas questões trazidas por ele fazendo com que todos se sentissem aptos, a partir de então, a gerir com mais eficiência o seu próprio cotidiano como consumidores.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Desde o início, a perspectiva de que o website proposto neste trabalho ganhasse vida e funcionasse efetivamente, na prática, sempre esteve ativa e creditada. Ora para atender a uma satisfação pessoal/profissional, ora por perceber a necessidade de criar um canal de comunicação para pautar questionamentos de forma independente e com espaços liberados para falas em debates, produções de matérias e outras ações sobre a realidade de preconceitos e desvalorização da mulher enquanto comunicadora e, em especial, a que se volta para o universo do jornalismo esportivo e não encontra espaço nem lugar de fala.

A atuação da mulher no jornalismo esportivo é um tema que precisa ser pautado para discussões, e dentro de duas vertentes principais: sob a questão de gênero e de raça, haja vista o domínio ainda predominante dos homens neste espaço, que reproduz assédios morais a discriminações que relegam comunicadoras a meras coadjuvantes. Ampliar debates, trocar informações, dar espaços e liberdade são caminhos que podem mudar o rumo de narrativas machistas e culturalmente fincadas na sociedade como um todo.

Para tanto, se faz necessário zelar pela representatividade, não baixar a guarda e conscientizar pessoas, encorajar mulheres, tolhidas que são pelas limitações que lhe são impostas. Um website produzido por comunicadoras sobre assuntos que lhe dizem respeito, os esportes, tais quais quaisquer outros, desde que seja o desejo das mulheres, pode ser um alento em tempos tão sombrios como o que estamos vivendo. Porque sim, há uma realidade no mercado de trabalho, que diferencia homens e mulheres quanto às funções que exercem e, mesmo quando estas são similares, o hiato recai na remuneração que passa a ser distinta de acordo com o gênero.

E se for estreitar ainda mais esse nicho de mulheres no mercado de trabalho para o nicho de mulheres negras, as desigualdades são ainda mais alarmantes, levando à necessidade de ampliação do debate, inclusive no interior dos movimentos feministas, uma vez que o feminismo negro segue, não raras vezes, à parte das lutas mais gerais das questões de gênero, que precisam ser somadas à esfera da visibilidade da mulher negra, minoria dentro da minoria.

É para dirimir diferenças e acatar o desejo de vislumbrar um feminismo universal, que arestas como as que são cotidianamente encontradas dentro de editoriais de esportes das redações de jornais ou em outras funções do universo esportivo, como assessorias em clubes de futebol, por exemplo, que um website como o proposto e justificado ao longo deste relatório, se faz necessário e urgente. Será uma forma de contribuição pautada pelo

compromisso de levar adiante e impulsionar os passos de mulheres comunicadoras que queiram seguir ocupando seus lugares como profissionais no ambiente esportivo.

Em relação aos objetivos e às hipóteses levantadas pela pesquisa, em particular acerca dos questionamentos da falta de representatividade da mulher no jornalismo esportivo, assim como a discriminação sofrida por quem já vivenciou experiências na área, foram confirmadas no decorrer da investigação. Há falta de representatividade e há discriminação, conforme relatos trazidos pelas profissionais de Pernambuco e São Paulo que participaram das discussões nos grupos focais. O sentido de colocar em prática ações como as que foram propostas para o website, fica então respaldado pelo conteúdo pretendido, pela visibilidade que será dada à mulher na produção de fatos noticiosos relacionados aos esportes e pela necessária busca por igualar as relações de trabalho em questões de gênero e de raça.

Por fim, cabe ressaltar que ficou em aberto a questão da validação do protótipo de website aqui proposto. O cenário de incertezas gerado pela pandemia da covid-19, seu impacto físico e emocional, e a sobrecarga de trabalho na modalidade híbrida, remoto e presencial no jornal, comprimiu o tempo e trouxe algumas dificuldades no processo de desenvolvimento do trabalho, em particular, gerou um atraso na construção do protótipo do website, que acabou por inviabilizar a importante etapa de validação do produto antes da defesa. Fica, portanto, o compromisso de que a validação será a próxima etapa a ser cumprida, preferencialmente, com os mesmos grupos focais.

## REFERÊNCIAS

BANDEIRA, Ana Paula Bornhausen da Silva **Jornalismo e feminização da profissão: um estudo comparativo entre Brasil e Portugal**. Recife, 2019. TESE (Doutorado) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Disponível em <<https://repositorio.ufpe.br/bitstream/123456789/35628/1/TESE%20Ana%20Paula%20Bornhausen%20da%20Silva%20Bandeira.pdf>>

BARBEIRO, H. RANGEL, P. **Manual do jornalismo esportivo**. São Paulo: Contexto, 2006.

ADICHIE, N. CHIMAMANDA. **Sejamos todos feministas**. São Paulo, 2015. Companhia das Letras p. 41-42

COMITÊ OLÍMPICO BRASILEIRO. **O Brasil nos Jogos**. Rio de Janeiro, 2005. Disponível em: <<http://www.cob.org.br>>. Acesso em 22.11.2018, às 19h35.

COELHO, P.V. **Jornalismo esportivo**. São Paulo, Contexto, 2003.

FÓRUM DE DEBATE SOBRE MULHER E ESPORTE, 3, 2004, São Paulo. Anais eletrônicos. São Paulo: USP, 2004. Disponível em: <http://cev.org.br/arquivo/biblioteca/iii-forum-mulher-esporte-mitos-verdades.pdf>  
Acesso em: 17 nov. 2020.

GOELLNER, S.V. Mulheres e futebol no Brasil: entre sombras e visibilidade. **Revista Brasileira de Educação Física e Esporte**, Vol. 19, n.2, 2005. São Paulo.

GOELLNER, S.V. Feminismos, mulheres e esportes: questões epistemológicas sobre o fazer historiográfico. **Movimento**, Vol. 13, n. 2, 2007. São Paulo.

HEYES, Emma. Coluna Jornal The Times, 15 junho. 2019

JENKINS, Henry; GREEN, Joshua; FORD, Sam. **Cultura da Conexão**. Criando valor e significado por meio da mídia propagável. São Paulo: Aleph, 2013

KNIJINK, J.D.; VASCONCELLOS, E.G. Mulheres na área no país do futebol: perigo de gol. In: SIMÕES, A.C. (Org). **Mulher e esporte: mitos e verdades**. São Paulo: Manole, 2003.

LIMA, Márcia. Trajetória educacional e realização sócio-econômica das mulheres negras brasileiras. **Revista Estudos Feministas**. IFCS/UFRJ, vol. 3, n. 2, 1995.

MOURÃO, L.; GOMES, E.M.O. **Mulheres na administração esportiva brasileira: uma trajetória em curso**. São Paulo: Aleph, 2004.

NOGUEIRA, C.C. **A mulher nos Jogos Olímpicos**, 2004. Disponível em: [http://www.webrun.com.br/home/index.php?destinocomum=noticia\\_mostra&id\\_noticias](http://www.webrun.com.br/home/index.php?destinocomum=noticia_mostra&id_noticias)  
Acesso em 17.11.2018.

RIBEIRO, Djamila. **Quem tem medo do feminismo negro?** São Paulo: Companhia das Letras, 2018.

RIGH, Anelise Farecena. **As donas da bola.** Inserção e atuação das mulheres no jornalismo esportivo televisivo. 2006. Monografia (Graduação em Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo) – Centro Universitário Franciscano. Santa Maria (RS), 2006.

ROSALES, B. **Jornalismo Peru: as mulheres dominam, mas não mandam.** 2009. Disponível em <http://www.ipsnoticias.net/portuguese/2009/04/america-latina/jornalismo-peru-as-mulheres-dominam-mas-nao-mandam>

STAHLBERG, Lara Tejada. **Mulheres em campo:** Novas reflexões acerca do feminino no futebol. São Carlos, 2011.

TORRES, C. **Género y comunicación: el lado oscuro de los 41édios.** Santiago: Ediciones de la Mujeres, 2000

**Pesquisa Quem é o Jornalista Brasileiro?** Disponível em <https://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2016/01/pesquisa-perfil-jornalista-brasileiro.pdf> > Acesso em 18 de março de 2021

Ranking de melhores jogadoras de futebol do mundo. Disponível em <https://www.fifa.com/the-best-fifa-football-awards/history/> > Acesso em 14 de março de 2021

Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (Pnad). Disponível em <https://sidra.ibge.gov.br/tabela/6403#notas-tabela> > Acesso em 14 de março de 2021

