

FOTOS E LEGENDAS NA MÍDIA ESPORTIVA: O CASO DAS ATLETAS

Photos and captions in the sports media: the case of female athletes

¹Doutor em Psicologia Escolar e do Desenvolvimento Humano (USP).

Professora substituta do Departamento de Jogos da Escola de Educação Física e Desportos (UFRJ) e membro do Núcleo de Pesquisa LABCOESO (UFRJ).

²Doutor em Ciência do Movimento Humano pela Universidad Autónoma de Asunción. Professor Assistente da Escola de Educação Física e Desportos da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Líder do Grupo de Pesquisa em Esporte, Corpo e sociedade (GECOS), inserido no LABCOESO - Laboratório em pesquisa do corpo, esporte e sociedade.

³Doutora em Educação Física pela Universidade Gama Filho. Consultora do Serviço Social da Indústria. Professora Visitante da UFRJ.

⁴Graduanda em Licenciatura em Educação Física da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Integrante do Grupo de Pesquisa em Esporte, Corpo e sociedade (GECOS), inserido no LABCOESO - Laboratório em pesquisa do corpo, esporte e sociedade.

Recebido em: 09/06/2014

Aceito em: 03/11/2014

Elaine Romero¹

Erik Giuseppe Barbosa Pereira²

Ana Maria de Freitas Miragaya³

Karen Barsaglini Sampaio Sant'Anna⁴

ROMERO, Elaine *et al.* Fotos e legendas na mídia esportiva: o caso das atletas *SALUSVITA*, Bauru, v. 33, n. 3, p. 285-308, 2014.

RESUMO

Introdução: O esporte historicamente vem sendo não só um terreno fértil da produção social da masculinidade, como também uma poderosa instituição que reproduz simbolicamente os relacionamentos patriarcais existentes. Verificamos que imprensa esportiva ainda carrega a imagem das mulheres atletas mantendo padrões ainda subordinados a uma hegemonia masculina que “legisla” sobre o que se quer ver. **Objetivo:** Analisamos, na ótica do gênero, como categoria relacional, o trato da mídia aos atletas em grandes eventos esportivos. **Método:** O corpus de análise compreendeu 36 fotos publicadas no Caderno de Esportes do Jornal “O Globo” durante o ano de 2010 relacionadas aos eventos esportivos de grande repercussão. **Resultados e Discussão:** As análises das imagens revelaram: o aumento da visibilidade do rosto feminino diferentemente do que foi constatado por Romero e Pereira (2008); as atletas de tez clara contabilizaram maior número de registros e foram escassas as fotos de grandes atletas negras, transparecendo o privilégio de uma determinada cultura – a do homem branco (PILOTTO,1999); o ângulo de captura das

fotos sugere formas corporais femininas exibidas como mercadoria de consumo ou com a finalidade de exibir um corpo saudável (CAMPOS, 2006; MUHLEN, 2012), ao passo que as masculinas focam o desempenho, detalhando valências físicas. **Conclusão:** Inferimos que a cobertura jornalística, embora tenha conferido visibilidade à mulher, ainda evidencia seus atributos físicos em detrimento do desempenho atlético, característica esta que para os homens é evidenciada, fazendo-nos depreender que a mídia esportiva continua a reproduzir as desigualdades de gênero.

Palavras-chave: Gênero. Mulheres. Imprensa esportiva. Análise de imagens.

ABSTRACT

Introduction: *The sport has historically been not only a breeding ground of social production of masculinity, but also a powerful institution that symbolically reproduces existing patriarchal relationships. We found that sports press still connects the image of women athletes maintaining standards subordinate to a male hegemony that “deliberates” about what you want to see.* **Objective:** *We analyzed the viewpoint of gender as a relational category, the treatment of the media to athletes in major sporting events.* **Method:** *The corpus of analysis comprised 36 photos published in the Sports Section of the newspaper “ O Globo “ during the year 2010 related to the impact of major sporting events.* **Results and Discussion:** *The analysis of the images revealed the following: increasing the visibility of female faces differently from what was observed by Romero and Pereira (2008); light-skinned athletes accounted largest number of records and while only rare pictures of renowned black athletes were shown, demonstrating the privilege of a particular culture - the white man (PILOTTO, 1999); the capture angle of the photos suggests female body shapes displayed as merchandise or with the purpose of showing a healthy body (Campos, 2006; MÜHLEN, 2012), whereas men focus on performance, detailing physical valences. Conclusion: We conclude that the news coverage although has given visibility to women it still put in evidence her physical attributes at the expense of her athletic performance, being this a characteristics for male athletes , making us conclude that the sports media continues to treat gender inequalities.*

Keywords: Gender. Women. Sports press. Image analysis.

ROMERO, Elaine *et al.* Fotos e legendas na mídia esportiva: o caso das atletas SALUSVITA, Bauru, v. 33, n. 3, p. 285-308, 2014.

ROMERO, Elaine *et al.*

Fotos e legendas na
mídia esportiva: o caso
das atletas *SALUSVITA*,
Bauru, v. 33, n. 3, p.
285-308, 2014.

PRELIMINARES SOBRE A MULHER NO ESPORTE

O esporte, desde suas antigas raízes históricas, vem sendo ao mesmo tempo, um terreno fértil da produção social da masculinidade, e também uma poderosa instituição que reproduz simbolicamente, os relacionamentos patriarcais existentes. Pela retrospectiva da Educação Física brasileira, a mulher, por ser vista como frágil, não podia fazer *educação physica*, posto que a moça de família, de acordo com os bons costumes do final do século XIX e início do século XX, mostrava sua decência ao vestir-se, e pentear-se, pelo nome da família, sobretudo, pelo comportamento recatado. Não deveriam jamais suar em público na época e a prática de exercícios era abominável, posto que era considerada uma atividade destinada aos homens como parte integrante de sua virilidade, robustez e força moral e física.

Desde a Grécia Antiga, quando a participação feminina era vetada nos principais jogos, a mulher, numa área de reserva masculina, teve que abrir e trilhar caminhos com seus próprios meios. Desse modo, reportando-nos aos principais jogos históricos, realizados sempre em homenagem a um deus masculino, havia restrição à participação feminina. Dentre esses jogos citamos os Olímpicos, realizados de quatro em quatro anos em homenagem a Zeus, em Olímpia, desde 776 a. C., cujo prêmio maior era uma coroa de louro e um ramo de oliveira. Os Jogos Píticos eram realizados também de quatro em quatro anos, em Delfos, desde 582 a. C., em homenagem a Apolo; e os vencedores eram coroados com louros. Os Jogos Ístmicos, disputados de dois em dois anos, rendiam tributo ao deus Poseidon, na cidade de Corinto, desde 581 a. C., e sua premiação consistia numa coroa de aipo. Os Jogos Nemeus, com intervalo de dois em dois anos, transcorriam em Neméia, desde 573 a. C., e surgiram para render tributo à façanha de Heracles filho de Zeus, e tal qual os anteriores, premiavam os vencedores com uma coroa de aipo (MIRAGAYA, 2002, 2006, 2007).

As mulheres tinham seus próprios Jogos, os Heraicos em homenagem à deusa Hera, que eram realizados em distintas cidades da Grécia. No local, os Jogos eram realizados inicialmente a cada três anos, e depois a cada cinco, com uma única prova - uma corrida de 162m. Elas corriam com os pés descalços e com uma vestimenta que alcançava os tornozelos; como prêmio, as vencedoras recebiam uma coroa de oliveira e um pedaço do animal, que havia sido sacrificado em honra à deusa (Smith's Dictionary, 1875 – 2007). Os homens, além de provas variadas, possuíam naquele tempo, inclusive, dirigentes, os *gimnastai*, cargo semelhante aos atuais presidentes de clubes esportivos, com postos de caráter honorífico.

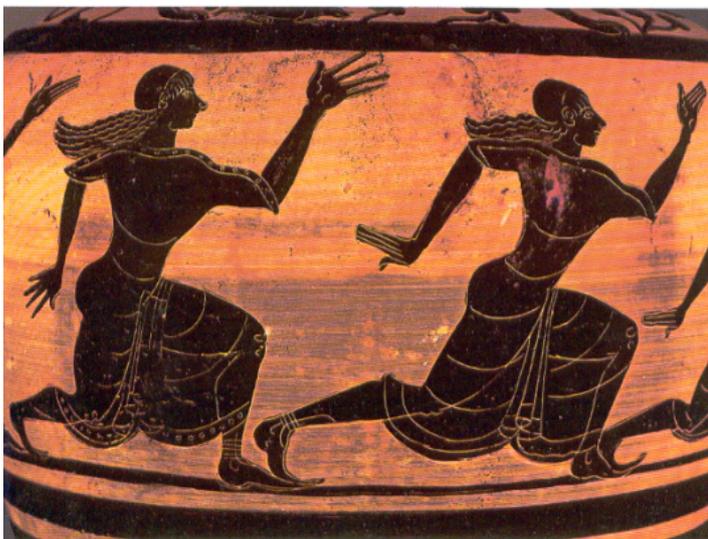


Fig. 1 Imagem representativa de mulheres em prova de corridas
Fonte: Miragaya (2006)

A cultura física tinha espaço marcante no universo grego, tanto que em casa, era comum os homens praticarem exercícios em conjunto entre amigos. Tal qual numa atividade social dos dias de hoje, os homens gregos reuniam-se para a prática de exercícios, e essa atividade social estendia-se até a velhice. As qualidades masculinas desejáveis eram que eles fossem fortes, velozes e ágeis fisicamente. Nesse cenário ficavam excluídas as mulheres, sobretudo as atenienses, que viviam numa esfera privada, com corpo coberto e pouco eram vista fora de casa. Elas não tinham acesso às suas competições atléticas para não se exporem. Mesmo as espartanas, que podiam ter vida pública, e que eram treinadas desde cedo para tornarem-se mulheres fortes e gerarem filhos fortes, não participavam desse tipo de atividade “social” junto aos homens. As qualidades desejáveis às mulheres consistiam na passividade, modéstia, castidade, pureza, obediência, comportamento recatado e capacidade reprodutiva.

Miragaya (2006) relata que a inserção da mulher nos Jogos Olímpicos, quer da Antiguidade, quer da Modernidade, foi à duras penas. Relata a autora que Stamatha Ravithi teria sido a primeira participante da Maratona. Descreve Miragaya que Stamatha havia ouvido falar de que haveria uma corrida com premiação em dinheiro. Assim, ela pobre, mãe de cinco filhos viu aí a possibilidade de um ganho extra para o sustento dos seus. No entanto, ela foi ludibriada; informaram-lhe de forma errônea a data da prova atlética, e ela, sem saber, correu o percurso, que foi anotado por jornalistas da época, e venceu as poucas adversárias. Mas como a disputa não era a oficial,

ROMERO, Elaine *et al.*
Fotos e legendas na
mídia esportiva: o caso
das atletas *SALUSVITA*,
Bauru, v. 33, n. 3, p.
285-308, 2014.

ROMERO, Elaine *et al.*

Fotos e legendas na mídia esportiva: o caso das atletas *SALUSVITA*, Bauru, v. 33, n. 3, p. 285-308, 2014.

sua chegada não teve o coroamento esperado, e ela não recebeu o prêmio almejado.

Contudo, registros históricos dão conta que algumas mulheres participaram dos Jogos Olímpicos, não pessoalmente, mas por intermédio dos aurigas, os condutores das quadrigas - carros puxados por quatro cavalos, cujas proprietárias eram mulheres (MIRAGAYA, 2006). Podemos depreender que elas foram vencedoras não por disputarem as provas, mas por serem elas as proprietárias das quadrigas. Miragaya registra que a princesa espartana Kyniska de Archidamos teria sido a primeira vencedora da prova hípica nos Jogos Olímpicos da Antiguidade. Estes concediam privilégios aos vencedores como: uma coroa feita de folhas de oliveira, um dos símbolos da Grécia, estátua em praça pública do ganhador, despesas pessoais de alimentação pagas pelo poder público, lugares privilegiados em teatros, isenção de impostos e taxas, além de altos postos no governo.

Como consequência dessa situação, Miragaya (2006) aponta que foi desenvolvida a cultura do vencedor herói disseminada nos textos teatrais e na literatura de forma épica – no início na poesia e no drama, e, posteriormente, na ficção. Em relação às mulheres, sua exclusão nos Jogos pode ser atribuída pelo fato de uma orientação cultural masculina, pelo aspecto religioso (os deuses homenageados eram homens), por propósitos militares, uma vez que as espartanas eram treinadas para gerarem filhos fortes, também pelo fato de não haver tradição escrita para os feitos femininos, pela relação esporte e poder e finalmente pela segregação das mulheres aos Jogos.

Os Jogos Olímpicos da Modernidade ressurgiram por esforços de Coubertin, embora Miragaya assinale vários pioneiros que lhe antecederam, como Dover na Inglaterra, Schartau, na Suécia, Brookes na Inglaterra e Zappas na Grécia. As empreitadas desses precursores se deram entre os anos de 1612 a 1889. Entretanto, os registros mais recentes dão quase que exclusivamente a Coubertin, todo crédito - pelo gosto e mobilização para impulsionar o esporte entre a aristocracia inglesa masculina. Tendo conseguido fundar o Comitê Olímpico Internacional – COI, em 1894, foi nesta ação que Coubertin encontrou o impulso financeiro necessário para o “renascimento” dos Jogos, que ocorreram primeiramente em Atenas em 1896.

Embora Demetrius Vikelas tenha sido o primeiro presidente do COI, de 1894 a 1896, Pierre de Coubertin foi quem maior tempo esteve à frente do Órgão, presidindo-o de 1896 a 1925. Suas ações foram sempre no sentido de evitar, mas não proibir, a participação feminina. Não admitia que as mulheres pudessem disputar ao lado dos homens o esporte, que na sua visão, era uma prática masculina, tal qual o pensamento dos gregos antigos. De acordo com os

dados de Miragaya, a influência britânica na sua educação pesou na sua maneira de pensar e nas suas decisões. Educado no último período vitoriano, em que a figura feminina era bem demarcada pela submissão, pela dependência financeira masculina, pelo seu destino biológico (a reprodução). Assim, Coubertin entendia que a vida da mulher deveria resumir-se na esfera privada, pois se supunha ser ela um apêndice do homem. Para o pensamento vitoriano, em relação aos esportes, à mulher, além de ser considerada um ser incompleto, não era admissível que suasse em público. Como poderia Coubertin admitir que as mulheres participassem dos esportes olímpicos?

A participação feminina só foi concretizada em 1900, com registro oficial de 22 participantes em seis modalidades apenas. Essa participação pode ser creditada aos esforços políticos, sobretudo, os empreendidos por Alice de Milliat, a primeira presidente do clube “Femina Sport”, em 1915, e que se tornaria a presidente da Federação das Sociedades Esportivas Femininas da França - FSFSF, em 1919, quando iniciou um movimento para incluir o atletismo feminino nos Jogos. Porém, somente conseguiu a inclusão de cinco modalidades em 1928 em Amsterdam. Milliat deu exemplo de empreendedorismo olímpico (MIRAGAYA, 2006), uma vez que fundou a primeira federação internacional de esporte feminino e iniciou os Jogos Mundiais Femininos, equivalente aos Olímpicos, conseguindo reunir mais de 20.000 espectadores em sua primeira edição no ano de 1922 em Monte Carlo.

Nessa incursão histórica temos um quadro generificado no esporte e essa situação não só fica restrita às atletas, mas às dirigentes femininas, ao quadro de arbitragem, e em toda a engrenagem que faz o esporte mover-se, sobremaneira do esporte de alto rendimento. Para sua visibilidade, a atuação da mídia é marcante especialmente porque é sabido que o esporte é responsável por contratos milionários, os direitos de imagem geram lucros inimagináveis. E como menciona Proni (2008:9), “a estreia da Coca-Cola como patrocinadora oficial do evento confirma que o esporte já era visto como um veículo de divulgação de produtos”. A publicidade, prossegue o autor, faz o esporte cada vez mais uma instituição dependente dos interesses do grande capital.

Adentrando o mundo dos negócios, e na esfera econômica é bom lembrar que estamos pisando num reduto masculino, na expressiva maioria e em se tratando de eventos esportivos, os Jogos Olímpicos, praticamente todos nas mãos masculinas, tornaram-se um negócio milionário. Nesse contexto, estamos articulando o esporte de alto rendimento e a mídia esportiva, especificamente, a cobertura da imprensa esportiva no esporte feminino. Verificamos que o advento da

ROMERO, Elaine *et al.*
Fotos e legendas na
mídia esportiva: o caso
das atletas *SALUSVITA*,
Bauru, v. 33, n. 3, p.
285-308, 2014.

ROMERO, Elaine *et al.*

Fotos e legendas na mídia esportiva: o caso das atletas *SALUSVITA*, Bauru, v. 33, n. 3, p. 285-308, 2014.

mídia, inicialmente impressa por meio de fotografias, mídia televisiva e virtual pelos seus múltiplos meios, carrega a imagem, agora extremamente mais do que pública, das mulheres atletas para todo planeta mantendo padrões ainda subordinados a uma hegemonia masculina que “legisla” sobre o que se quer ver.

A despeito desta constatação, vale ressaltar que desde o ano de 1994 a Womens’s Sport Fundation já havia delineado uma diretriz de conduta da mídia em relação aos atletas masculinos e femininos. Nas orientações distribuídas para a mídia eletrônica e escrita constava antes de tudo em relação às imagens, que o tratamento de atletas masculinos e femininos deveria ser igualitário. Infelizmente não é o que vemos na mídia impressa brasileira, particularmente na cobertura de esportes de alto rendimento.

É inegável o poder da mídia em todas as esferas como meio de comunicação, que atua nos processos de atribuições de sentidos sobre as práticas esportivas de rendimento. De acordo com Manske, Golçalves Silva, & Postai (2009) a mídia corrobora para a manutenção do quadro cultural vigente sobre o assunto.

Como instituição que detém uma parcela expressiva de poder, a mídia pode ser encarada como um elemento constituinte das representações da sociedade sobre a participação das mulheres na vida pública e esportiva. Nessa engrenagem, atrair o público e manter a audiência se tornou a tarefa essencial da mídia (REIN, KOTLER, & SHIELDS, 2006). E qual a melhor forma senão exibir os *corpus esportivus*? O corpo é o mais completo texto cultural criado e recriado pelo homem, escreve Quevedo (2003), e argumenta a autora que como um texto cultural não se espera uma única leitura. Como assinala Andrade (2003), o corpo está em constante aprendizado com o outro na relação e na interação. Esse outro pode ser materializado pela mídia de um modo geral e dos modelos idealizadores que ela apresenta.

A partir dessas considerações introdutórias, e tentando compreender como a mídia nos ensina a se relacionar com o mundo, podemos dizer que temos observado que as fotos veiculadas em diversos jornais brasileiros sinalizam tratamento diferenciado entre as diversas modalidades esportivas. Algumas delas, sequer merecem destaque e, quando muito, uma pequena nota, e outras modalidades não são mencionadas, mesmo tendo disputas internacionais. Essa situação, na análise de Proni (1998, 2008) reflete o paradigma do negócio no esporte, que tem provocado revisão no quadro esportivo, o que empurra para o ostracismo as modalidades que não apresentam em seus eventos, o espetáculo.

A imprensa esportiva se encarrega de produzir e divulgar imagens e textos que tendem a causar impacto no leitor, que admira e

se identifica com o esporte. Assim, jogadas, passes, gols, e outras situações no futebol masculino, por exemplo, tem público cativo. Em relação aos atletas dos demais esportes, o tratamento, é diferenciado; os homens sob os holofotes nos seus feitos e performances atléticas e as mulheres exaltadas pelas suas formas corporais. Por meio dessa prática, a imprensa esportiva exerce um papel de destaque no qual segundo Forsyth (2003), a cultura midiática constrói e renova, de forma implacável, a imagem de feminilidade nos dias atuais. Na avaliação da autora a mídia e outras vozes das sociedades patriarcais ensinam às mulheres, independentemente da idade, como devem se ver, a tal ponto de aceitarem docilmente o mito da beleza disseminado e incansavelmente repetido. Como consequência, adverte Forsyth que esse mito patriarcal constitui-se num risco à saúde física e mental das mulheres bem como as priva de uma identidade autônoma.

No traslado dessas idéias à cobertura de esportes como o voleibol, por exemplo, é nítido o tom de diferenciação entre as imagens veiculadas da equipe masculina e da feminina. Na esteira de Andrade (2003), é possível identificar diversas pedagogias atuando no meio esportivo ensinando nos como se relacionar com as coisas do mundo. São nessas relações que se constroem os gêneros. Nesse entendimento, podemos dizer que a imprensa esportiva tem atuado como forte elemento para ressaltar o corpo feminino – os seus atributos físicos no esporte de alto rendimento. Em dado momento ocultou-lhes, de forma sistemática, a visibilidade facial (ROMERO e PEREIRA, 2008). Assim, em consonância com Martins & Moraes (2007), a mídia forma, constrói e modela a sociedade por meio da produção dos fatos. Um dos fatos já denunciado e ainda persiste, é a publicação de fotos de mulheres atletas em que o congelamento da imagem não privilegia o desempenho esportivo, mas com a manipulação dos sentidos, o significado que ganha realce é a exposição da sensualidade. Corpos sob os efeitos nocivos dos estereótipos sexistas deveriam merecer atenção por parte de educadores. O que se reitera é o respeito e a dignidade humana.

Uma forma de entender a cobertura da mídia é não confinar a análise à precisão de quão real ou verdadeiro os/as atletas são visualizados, mas também analisar de que maneira a mídia opera quando estabelece, categoriza e reproduz imagens de diferenças patriarcais de diferenças sexuais no esporte de alta performance (ROMERO, 2004).

Inserindo essa problemática para o âmbito dos estudos sócio-culturais das práticas culturais e esportivas, reportamo-nos aos Parâmetros Curriculares Nacionais – PCNs (BRASIL, 1997), cuja estrutura

ROMERO, Elaine *et al.*
Fotos e legendas na
mídia esportiva: o caso
das atletas *SALUSVITA*,
Bauru, v. 33, n. 3, p.
285-308, 2014.

ROMERO, Elaine *et al.*

Fotos e legendas na mídia esportiva: o caso das atletas *SALUSVITA*, Bauru, v. 33, n. 3, p. 285-308, 2014.

contempla a área da Educação Física, e observamos que sua proposta de trabalho volta-se para a cultura corporal. Engendrando o tema do presente trabalho com os propósitos da Educação Física, podemos asseverar que a comunicação mediada tecnologicamente contribui na construção e reconstrução de representações culturais, que são compartilhadas na sociedade contemporânea. Representação é uma palavra chave para articular as concepções e as práticas do corpo em movimento no esporte de alto rendimento num “espaço pedagógico” onde o poder é organizado e difundido (ANDRADE, 2003). As transformações advindas das tecnologias de comunicação repercutem na Educação Física, e partilhando da interpretação de Pires, Betti, Bitencourt & Hack (2006), o teor dos PCNs trata de forma científica e pedagógica da manifestação da cultura. Essa cultura é produzida por sujeitos de um mesmo grupo.

Entendemos que a cultura, conforme sublinha Laraia (2002) apoiado na contribuição de Krober, destaca-se por determinar, mais do que a herança genética, o comportamento do homem, o que viria a justificar suas realizações. Assim sendo, o ser humano resulta do meio cultural em que foi socializado. Pensando o esporte sob o ângulo da cultura corporal requer compreendê-lo como uma prática social produzida por sujeitos de uma mesma cultura. Em se tratando da articulação mídia, esporte e cultura corporal, não fica difícil compreender a assertiva de que o esporte reproduz simbolicamente os relacionamentos patriarcais existentes, reforçando a superioridade masculina, bem retratada nas fotos esportivas que ilustram os cadernos voltados ao público que aprecia eventos dessa natureza.

Reportando-nos à constatação de Pires *et al.* (2006) referindo que em meados da década de 1990 a produção em Educação Física e Mídia ter sido impulsionada com a criação fóruns e grupos de trabalho nas sociedades científicas brasileiras, e como resultado, a produção emerge a partir do ano 2000. Neste cenário não estão considerados os estudos e a (escassa) produção que trata das questões que envolvem gênero e mídia esportiva, o que evidencia nessa lacuna nossa contribuição com o presente estudo.

Por outro lado, a par do ponto de vista de Pires *et al.* (2006), entendemos que estamos tendo a oportunidade, numa perspectiva feminista, de fornecer elementos para desconstruir toda uma história aprendida durante anos sob a ótica do gênero. É a perspectiva de trazer para o centro da academia e da comunidade científica os conceitos elaborados pelas historiadoras feministas negando discursos que afastaram as mulheres da produção em que elas deixaram de figurar como sujeito político/objeto de estudo. A contribuição ao debate emerge das linhas que assinamos.

A Trilha percorrida

Diante do quadro exposto fomos motivados a analisar, na ótica do gênero, como categoria relacional, grandes eventos esportivos femininos e atentos aos masculinos. Como propósito esta contribuição foca-se na perspectiva de analisar avanços ou não do olhar da imprensa esportiva sobre as mulheres atletas.

Tomamos as principais idéias de Scott (1995:89), ao apontar-nos que o gênero fornece-nos um “meio de decodificar o significado e de compreender as complexas conexões entre as várias formas de interação humana”. Percebe a historiadora que ao falar de gênero, refere-se ao discurso da diferença dos sexos.

O corpus de análise compreendeu 36 fotos publicadas no Caderno de Esportes do Jornal O Globo durante o ano de 2010, relacionadas aos eventos esportivos de grande repercussão. Não nos detivemos àquelas referentes ao futebol, que normalmente é notícia diária na mídia impressa e televisiva. Assim, para essa empreitada foram objeto do estudo seis competições femininas perfazendo 25 fotos. No auxílio das análises e servindo de ponto de apoio relacional, observamos 11 imagens que traduziram duas competições masculinas, e que foram publicadas no mesmo periódico. As femininas foram: Superliga de Vôlei; Grand Prix; Meeting de Atletismo; Troféu Brasil de Atletismo e Mundial de Vôlei. As competições masculinas foram: Superliga de Vôlei e Mundial de Vôlei.

A escolha do periódico se deu por ser este de alta tiragem (não declarada) e notadamente ter grande circulação em todo país¹. Detivemo-nos, portanto, à interpretar imagens (fotos) e textos (legendas) veiculados no periódico mencionado. No que tange às análises das imagens, buscamos identificar seus significados dentro da representação social, atentos às várias condições que permitem à imagem representar um objeto. Sabemos que essas condições passam pelos significados da imagem, pela representação visual e pelo nível de percepção das mesmas por parte dos indivíduos da comunidade. Passa ainda, pelas intenções do autor, pela própria construção do objeto de representação e enfim, pela interpretação dos espectadores.

Como etapas de uma análise de imagem, Joly (2007) propõe os seguintes passos: 1) Observar os tipos de significantes plásticos, icônicos e lingüísticos co-presentes na imagem; 2) Fazer com que a

ROMERO, Elaine *et al.*
Fotos e legendas na
mídia esportiva: o caso
das atletas *SALUSVITA*,
Bauru, v. 33, n. 3, p.
285-308, 2014.

1 O periódico tem sucursais em quatro capitais brasileiras e seu alcance vai de um extremo a outro no País. Além disso, o banco de imagens é centralizado e faz a distribuição para outros jornais brasileiros.

ROMERO, Elaine *et al.*

Fotos e legendas na mídia esportiva: o caso das atletas *SALUSVITA*, Bauru, v. 33, n. 3, p. 285-308, 2014.

eles correspondam os significados que lembram por convenção ou hábito; 3) Observar o cruzamento destes diferentes tipos de signos e os significados que emergem desse cruzamento; 4) Formular uma síntese desses diversos significados, ou seja, uma versão plausível da mensagem implícita vinculada à imagem.

As imagens que marcam

Entendemos que a imprensa ensina várias formas de olhar o corpo e esse olhar é oriundo de uma cultura patriarcal dado que a esmagadora maioria da imprensa esportiva é composta por homens. Em textos escritos, imagens visuais e também em comentários falados e escritos, as mulheres atletas são frequentemente retratadas como objetos sexuais disponíveis para consumo dos homens, e não como atletas competitivas. Como exemplo claro dessa afirmativa, deparamo-nos com duas fotos que exibiam as participantes argentinas no Sul-Americano de Hóquei (O Globo 11/04/2010). Embora exibissem em cada foto as atletas em movimento no esporte, o ângulo de captura da imagem na nossa interpretação buscou sexualizar as jogadoras. Uma das fotos evidenciava as formas exageradas do “material à venda” como objeto de desejo – os glúteos. A outra, congelada no exato momento em que ao realizar um movimento, deixou a atleta de frente, com as pernas abertas, exibindo em primeiro plano, o fundilho do shortinho curto sob o saio.

As técnicas fotojornalísticas têm o poder de manipular sentidos e sentimentos. Os autores com respaldo em Souza explicam que ao travar o movimento como opção comum no fotojornalismo os gestos significativos precisam ser congelados para que tenham um sentido (MANSKE *et al.*, 2009). A captura de imagem passa a ser percebida como um instrumento cujo “conteúdo informativo é tão importante para a construção do objeto de estudo quanto às histórias de vida, os dados estatísticos ou os registros bibliográficos. De natureza diversa, esses suportes devem ser tratados como unidades de informação” (SMIT, 1996:216).

Dessa forma, os movimentos das jogadoras argentinas ganharam sentido - o de estereótipos sexistas. No texto veiculado às imagens, podemos ler: “beleza e talento – Jogadoras da seleção argentina de hóquei encantam pelo charme e pelo ótimo desempenho no Sul-Americano em Deodoro”. Não bastava o talento das atletas, mas para vender jornal a beleza e o charme precisavam acompanhar a descrição das jogadoras.

É uma pedagogia cultural, que no entender de Campos (2006) e Muhlen (2009) abrange locais onde o poder é organizado. No caso

presente o jornal, que por meio dessa pedagogia constrói e constitui identidades, discursos e representações do corpo atlético feminino. Nesse processo o discurso midiático influi na acrítica assimilação dos corpos expostos. São corpos exibidos em fotos com visível interesse em mostrar o padrão de feminilidade, preferencialmente em trajes sumários, com ênfase nos glúteos; como se a identidade das atletas estivesse, sobretudo, no corpo que ostenta formas perfeitas. Em outras palavras, como denunciam alguns autores, as fotos exibem mais o corpo e seus contornos como desejáveis a todos os corpos (ANDRADE, 2003; DEVIDE, LIMA, RODRIGUES & BATISTA, 2008; GOMES, SILVA & QUEIRÓS, 2008; MARTINS & MORAES, 2007; PIRES & MOL, 2006; ROMERO, 2004, 2008; KNIJNIK & SOUZA, 2004; entre outros).

Sublinham Gomes, Silva & Queirós (2008) que a beleza já deixou de ser constituída como um dom dos deuses gregos – ela passeia na rua, nas revistas, nos filmes nas passarelas. O corpo é uma construção cultural em permanente mutação. Desse modo consideramos que o modelo atual a ser seguido é aquele que faz referência ao culto do corpo e à magreza; surge aí o apelo às imagens de formas corporais que vendem produtos e que servem de referência aos padrões de beleza veiculados por meio de imagens veiculadas nas mídias.

A noção de imagem como representação nos interessa como algo que produz significados. Isto é, interpretações na mente daquele ou daqueles que a percebe, tomando alguns traços emprestados do real. Este, por sua vez, torna a ser revestido de novos sentidos pelo processo pela interpretação mental, gerando, como uma cadeia infinita, novos traços do real para constituição de novas imagens.

Portanto, no âmbito deste trabalho, a imagem é entendida como um fenômeno de significação e de comunicação. A fotografia, assim, não retrata necessariamente a realidade tal qual ela aconteceu - é uma interpretação de determinado recorte do passado, de um relato sentimental dos indivíduos e fruto das representações de determinado indivíduo ou grupo.

No processo de análise das imagens atentamos para os vários sentidos que uma foto é capaz de proporcionar. Estas múltiplas leituras, que denominamos de caráter polissêmico da imagem, não significam que a foto possua vários “sentidos”, e sim que seu sentido explícito cria classes de correspondências que permitem múltiplas interpretações. Esta capacidade que a imagem tem de possuir vários significados nasce da relação existente entre a imagem, o objeto e o observador. Com isso, procuramos o sentido, a interpretação que determinado grupo ou indivíduo apresenta para determinado objeto da sua realidade.

ROMERO, Elaine *et al.*
Fotos e legendas na
mídia esportiva: o caso
das atletas *SALUSVITA*,
Bauru, v. 33, n. 3, p.
285-308, 2014.

ROMERO, Elaine *et al.*

Fotos e legendas na mídia esportiva: o caso das atletas *SALUSVITA*, Bauru, v. 33, n. 3, p. 285-308, 2014.

Constatamos que a maioria expressiva das fotos é colorida, e poucas foram publicadas em preto e branco. O espaço destinado a cada uma é de tamanho variado. Embora não seja objeto de análise o espaço físico reservado a cada foto, julgamos pertinente, a título de ilustração, registrar as dimensões de cada imagem, deixando uma possível lacuna para futuros estudos que tenham como preocupação esse tipo de significado. Particularmente, porque ao verificarmos o espaço ocupado pelo atletas do sexo masculino, as dimensões de cada imagem são significativamente maiores, como apontaremos ao término da apresentação das categorizações. Nesse entendimento, o que as imagens marcaram e o que nossos olhares captaram, a partir do material empírico analisado, pode ser classificado como categorias ou eixos.

a) Performance atlética:

Fabiana Murer (Grande Premio Brasil de Atletismo) na execução do início movimento de vôo no salto com vara (35,5 X 14,5 cm);

A mesma atleta em outro evento (Meeting de Zurique) transpondo o sarrafo (25cm X14cm);

Ainda a mesma atleta (Troféu Brasil de Atletismo) no movimento final de impulsão antes de ultrapassar o sarrafo (15 X 25cm);

Maurren Maggi (Troféu Brasil de Atletismo) durante o vôo no salto em distância (foto colorida na mesma página em que a imagem de Fabiana foi veiculada (9,5 X 15cm);

Erika e Adrianinha (Mundial de Basquete) marcando a pivô adversária japonesa Suwa (15 X 22cm);

Paula Pequeno (Preparativos para o Mundial Feminino de Vôlei) em posição para o saque (foto p&b com 14 X 18cm);

Natalia (Mundial de Vôlei) no ar, após o ataque, com meio corpo sobre a rede (15 X 16cm);

Sheila (Mundial de Vôlei) no ar, no momento do ataque contra o bloqueio tcheco, seu rosto é visível sobre a rede (15 X 16cm);

Fabiana e Fabíola (Mundial de Vôlei) de costas, no momento do bloqueio e Gamova (Rússia) atacando sobre o mesmo (16 X 22,5cm);

Carol Gattaz (Superliga) em movimento de cortada busto e rosto são visíveis, mesmo com a rede está em primeiro plano (6 X 7cm);

Joycinha (Superliga) em movimento de queda logo após o ataque. Na mesma foto, de costas, com os braços estendidos Natália e Fofão no bloqueio (21X15cm);

Carol do Osasco (Superliga) em movimento de levantamento. Seu rosto é visível e voltado para a bola (10 X 15cm).

As fotos que exibiram o desempenho masculino, contrastando com as do feminino, tiveram as seguintes dimensões: 15 X 22cm; 19 X 12,5 cm; 14,5 X 22,5cm; 17,5 X 26cm; 19,5 X 22,5; 24,5 X 17,5cm; 25 X 16,5 e 8 X 9cm. Portanto, apenas uma imagem reservado ao grupo masculino foi de dimensões inferiores às demais, e mesmo assim, maior do que a menor dispensada às mulheres.

b) Satisfação após sucesso

Fabiana (com rosto visível) e companheiras (de costas) abraçadas (Grand Prix) transparecendo alegria após vitória sobre a Alemanha (p&b 19,5 X 13cm);

Fabiana, Fabíola (de frente) erguem os braços enquanto Thaíssa e as demais jogadoras (de costas) se abraçam (Grand Prix) na vitória sobre a Itália (19,5 X 17,5cm).

Fabiana Murer (Meeting Zurique) desfila com a bandeira do Brasil, estampando alegria com a vitória no salto com vara (30c X 21xm).

Erika (Superliga) em pose de vibração na partida com mais um ponto de sua equipe (15c X 22,5cm).

Sheila, Mari e companheiras (Superliga) se abraçam após a conquista de mais um ponto para o São Caetano (9,5 X 8 cm). Esta foto foi divulgada na mesma página em que também a competição da Superliga masculina ganhou destaque, recebendo este o espaço de 15 X 22 cm.

Descartamos a apresentação de dados de uma possível terceira categoria – preparação, pois encontramos apenas três imagens que poderiam ser classificadas como tal, e para os homens, nenhuma.

Da leitura das imagens

Dentre o material empírico analisado nas modalidades publicadas foi o vôlei de quadra e o atletismo tiveram maior número de inserções fotográficas. Por isso, um fato intrigante chamou atenção; diferentemente do que foi constatado por Romero & Pereira (2008), as jogadoras agora tiveram seus rostos expostos. No estudo por eles realizado, com o fito de estudar a hierarquia de gênero na imprensa esportiva, verificaram que em todas as fotos relacionadas à Superliga feminina disputada entre 2006 e 2007, o rosto das atletas era sistematicamente

ROMERO, Elaine *et al.*
Fotos e legendas na
mídia esportiva: o caso
das atletas *SALUSVITA*,
Bauru, v. 33, n. 3, p.
285-308, 2014.

ROMERO, Elaine *et al.*

Fotos e legendas na mídia esportiva: o caso das atletas *SALUSVITA*, Bauru, v. 33, n. 3, p. 285-308, 2014.

ocultado, ou seja, era encoberto pela rede. No entanto outras partes do corpo, as consideradas mais sensuais, destacavam-se.

Os resultados no presente trabalho contrastam com os do estudo supramencionado, tendo a visibilidade do rosto feminino presente, como se a mídia tivesse refletido sobre sua produção e manutenção de determinados estereótipos, ou que tivesse recebido orientações da Womens's Sport Foundation². As fotos examinadas não encobrem o rosto das atletas, ao contrário, o ângulo em que a imagem foi produzida, interpreta a qualidade atlética feminina na maioria das fotos categorizadas como performance atlética.

Seriam novos padrões estéticos da performance a serem vendidos? As fotos de duas atletas do atletismo também exibem nitidamente o rosto das atletas, algo não habitual. Ao contrário, na tentativa de ilustrar a matéria esportiva com imagens, a escolha nem sempre recaía naquela que exibisse somente a plástica do movimento esportivo, mas uma mostra de corpos como produtos à venda.

O registro das emoções decorrentes do sucesso alcançado não ganhou grande destaque nas imagens publicadas ao longo do ano. Foram poucas que documentando jogadoras com sorriso de satisfação, de alegria ou de contentamento pelo resultado obtido. Entre os homens as fotos concentram-se mais na exibição do desempenho, e a maior parte delas expondo força, velocidade e impulsão nos ataques. Encontramos dos homens somente dois momentos que ensejam satisfação, e em ambas, os jogadores fazem o já conhecido peixinho na quadra após a vitória (Superliga e Mundial) somente dois momentos em que fazem o famoso peixinho na quadra após vitória. Essa constatação foi contrária aos achados de Romero (2004), ao identificar, na categoria emoções, lágrimas e sorrisos por parte das mulheres. Mas entre os homens, as imagens estampavam visível alegria, entretanto, nenhum foi retratado chorando. Essa situação, juntamente com outras evidências, levou a autora naquela oportunidade a concluir que a hierarquia de gênero na imprensa esportiva atuava como um estereótipo limitador.

Curiosamente, ao analisarmos as imagens, notamos que as atletas de tez clara contabilizaram maior número de registros nas imagens divulgadas. Podemos inferir, com suporte em Campos (2006), que homens e mulheres recebem orientações diferentes e gênero induzidas a respeito de padrões de beleza que seus corpos devem representar. No entanto, a mídia esportiva parece não conseguir relacionar beleza e negritude; ela faz julgamentos velados de beleza, pois são

2 Já aludimos a Fundação no início do nosso trabalho e as diretrizes lá estão explicitadas.

escassas as fotos de grandes atletas negras, e para que essas consigam espaço na mídia, é preciso alcançar um grande feito.

Evocando neste momento da ginasta Daiane dos Santos, que apesar de não ser a atleta brasileira mais completa na modalidade, obteve a primeira medalha de ouro numa das especialidades da ginástica. Foi então bastante destacada na mídia escrita e televisiva. Na leitura das imagens percebemos as explícitas as relações de poder, e nesse sentido aceitamos o ponto de vista de Pilotto (1999:416) ao afirmar que: “a mídia dá aos textos um enfoque que privilegia o entendimento de uma determinada cultura – a do homem branco [...]”.

Tendo em conta que a presente análise crítica se faz à luz das relações de gênero e, portanto, de poder, quando buscamos nos arquivos da mesma fonte, as fotos exibidas na competição de porte similar disputada pela equipe masculina, a situação é deveras distinta. A performance dos atletas é a ordem do dia. Há uma preocupação em exibir a plástica exímia de cada movimento, particularmente mostrando o “vôo” do atacante, sempre sobressaindo-se acima da rede. É possível visualizar o atleta no ataque em detalhes esmiuçados, mesmo que na mesma imagem apareça o levantador de costas, em segundo plano.

Resgatando os escritos dispostos nos dados preliminares, lembramos que os Grandes Jogos da antiguidade helênica eram realizados sempre em homenagem a um deus masculino. A cultura física tinha espaço privilegiado entre os homens e o ideal de beleza aliava cultura, estética e o ápice dessa beleza era concretizada com a vitória nas disputas esportivas. As fotos masculinas estampadas na mesma modalidade destacam todo corpo: belo, sarado, um ideal de beleza plástica a ser “vendida”. A plástica masculina é mostrada, tal qual imagens de deuses gregos, permitindo que se faça uma boa associação entre o passado distante e a presente realidade.

Na análise comparativa, parece-nos que as mulheres, embora com maior número de inserções fotográficas, ainda ficam à sombra porque durante o jogo, não podem exibir o que ideologicamente é configurado nos padrões de beleza - bem apresentável e cabelos penteados. Mas como mantê-los alinhados num esporte que exige constante movimentação? Como não suar publicamente? Nas partidas de vôlei, tanto masculinas quanto femininas, são designados auxiliares com a finalidade única de secar a quadra onde o/a atleta suado/a tocou com o corpo no chão, defendendo uma bola. O juiz espera até que os/as atletas confirmem as boas condições para prosseguirem jogando. Como é possível fazer a mídia entender que não é possível evitar a sudorese?

Tudo indica que está correta a afirmação de Oliveira (2006) de que beleza e gênero são elementos de difícil desarticulação. Evita-se

ROMERO, Elaine *et al.*
Fotos e legendas na
mídia esportiva: o caso
das atletas *SALUSVITA*,
Bauru, v. 33, n. 3, p.
285-308, 2014.

ROMERO, Elaine *et al.*

Fotos e legendas na mídia esportiva: o caso das atletas *SALUSVITA*, Bauru, v. 33, n. 3, p. 285-308, 2014.

exibir as mulheres nessas condições fazendo com que elas fiquem com foco distante. Em relação aos homens esse detalhe não tem importância, pois mesmo pingando de suor, são fotografados no ataque saque, ainda que nem sempre se consiga ver, com nitidez nas fotos, a transpiração dos homens.

Enfim, a ênfase na sombra feminina sugere os cuidados com a beleza (ou falta deles durante o jogo). Assim se constrói uma imagem feminina de invisibilidade esportiva posto que ser bela, como a melhor maneira de ser feminina, não combina com as atletas aqui expostas.

As legendas – o dito e o não dito

O texto, em sincronia com as imagens, inúmeras vezes visa o reforço de estereótipos sexistas. Retratando a primeira mulher na Fórmula Indy – Bia Figueiredo – o comentário de Claudio Nogueira é precedido de um título emblemático; “Batom ao volante” (O Globo 06/03/2010). A primeira vista o título tende a induzir o leitor ao foco da mulher objeto num esporte de reserva masculina e à respectiva ausência de capacidade atlética feminina.

Devide *et al.* (2008) ao analisarem a visibilidade de mulheres atletas no jornalismo esportivo também comungam dessa nossa interpretação. Os autores analisaram uma das fotos do automobilismo, em que a atleta americana (Danica Patrick) é da mesma forma retratada, foto essa publicada em 2005, no mesmo periódico, com idêntica legenda. Há fortes indícios de que as mulheres no volante necessariamente devem ser acompanhadas dos adjetivos que possam enfatizá-las como femininas, belas e vaidosas.

Assinalam Manske *et al.* (2009) à luz da cultura corporal, que as mídias impressas são consideradas como artefatos culturais, que compreendem as produções culturais que atuam como significantes e significadores de um conjunto de saberes. Para Pilotto (1999) com suporte em Faiclough, o texto, como artefato cultural exhibe imagens visuais que legitimam determinadas representações, e são atravessados por discursos, que define, constrói, e posiciona os seres humanos, construindo verdades sobre o mundo. Prossegue a autora que a análise crítica do discurso (visual) desarticula e critica os textos como uma forma de quebra do senso comum. Em suma, não apenas tece comentários sobre o que é dito, mas considera o que não é dito – as ausências.

Jobim e Souza & Lopes (2002:64) têm o entendimento que a palavra [...] é companheira, uma vez que com ela a imagem se enriquece, ganha contornos (...). Por outro lado, Devide *et al.* (2008:407)

servem-se de Eco para esclarecer que: “interpretar um texto significa explicar por que essas palavras podem fazer várias coisas (e não outras) através do modo como são interpretadas”.

O que é dito para quem se dirige permite-nos penetrar nas relações de poder que exerce a linguagem. O silêncio é uma forma de linguagem. Todo discurso veicula atitudes, crenças, preconceitos da pessoa que fala (escreve) bem como espera que o receptor possa ter todo texto tem conteúdos implícitos e explícitos.

As exíguas mensagens escritas que acompanham as imagens por si podem revelar as representações, normas, valores das relações dos indivíduos, mais precisamente da mídia impressa com as atletas e o público leitor. Vemos que não é possível esperar uma única leitura, mas tentar entender qual sua mensagem, mesmo que esta interpretação tenha o viés de quem a interpreta.

Nas frases: “*Natália ataca sem tomar conhecimento do bloqueio de Kim Staelens na vitória do Brasil sobre a Holanda*” ou “*Carol, do Osasco: melhor levantadora*”, ambas relacionadas ao vôlei, temos clara a tentativa de exaltar a performance das jogadoras, ambas de tez clara.

Avançando nas mensagens encontramos como título de manchete: “*Joycinha, uma gigante. Oposta brilha, marca 27 pontos e ajuda o Rio a avançar à final da Superliga Feminina*”. Junto à foto o texto é: “*Joycinha ataca e supera o bloqueio duplo de Natália (14) e Fofão (7), na vitória do Rio nas semifinais*”. Quando a equipe local (Rio de Janeiro) sai vitoriosa, como numa espécie de regionalismo, é destacada a figura do possível ídolo, na versão feminina - a heroína - a oposta Joyce. Ao que tudo indica, em concordância com Manske *et al.* (2009), o que é veiculado baseia-se no pressuposto do que a maioria dos leitores almeja ver. Interpretamos como a figura do super-herói na visão feminina.

Por outro lado, a presunção de que a modalidade não vá lograr êxito, a mídia prepara antecipadamente as expectativas do leitor: “*Sem muitas esperanças. Campeãs olímpicas, brasileiras batem seleção italiana, mas têm poucas chances de título no Grand-Prix*”. O que vimos a seguir foi uma luta aguerrida da seleção feminina que na fase final derrotou a China por 3x0, mas este resultado não foi traduzido numa manchete à altura, ou que levasse ao reconhecimento de que a presunção “sem esperanças” estava errada.

Já no Mundial, em que a seleção perdeu a final para a Rússia, a explicação para a derrota resumiu-se a: “*Um fantasma de 2,02m*”. Não se tratou de reconhecer os sacrifícios de cada atleta, das incansáveis horas de treino, das constantes alterações de fuso horário, das longas horas de voo de uma cidade para outra, semanas a fio de ausência de casa e da família; nada disso foi exaltado.

ROMERO, Elaine *et al.*
Fotos e legendas na
mídia esportiva: o caso
das atletas SALUSVITA,
Bauru, v. 33, n. 3, p.
285-308, 2014.

ROMERO, Elaine *et al.*

Fotos e legendas na mídia esportiva: o caso das atletas SALUSVITA, Bauru, v. 33, n. 3, p. 285-308, 2014.

Ao examinarmos as legendas relacionadas aos campeonatos do vôlei masculino nos surpreendemos com os sucessivas chamadas ao desempenho. “*Salta e bloqueia*”. “*Encara /supera o bloqueio*”; “*bate forte para superar o bloqueio*”; “*sobe para superar o bloqueio*”, foram as palavras que acompanharam as fotos do vôlei masculino. As estratégias e movimentos permitidos nas jogadas da modalidade são as mesmas para homens e mulheres, no entanto, parece serem eles quem efetivamente superam, sobem e desarticulam o bloqueio. As mulheres “atacam”, mas não há palavras para o complemento da ação; ou seja, atacam e não marcam?

Nas legendas de 11 imagens do vôlei feminino, os textos foram dispersos entre desempenho, celebração, preparação/treino e uma única imagem de premiação. No que se refere aos atletas homens, apenas três (entre 11) não exaltavam as qualidades atléticas – eram as que tratavam da comemoração pelas vitórias.

Quando passamos ao texto referente ao desempenho no atletismo temos uma legenda que não trata apenas do desempenho apenas, mas evoca o prêmio recebido. “*Preciosidade nas alturas. Fabiana Murer vence o Meeting de Zurique e conquista, pela primeira vez, a Liga de Diamante. Como prêmio, saltadora terá que escolher entre US\$ 40 mil e uma pedra de quatro quilates*”. Qual a importância ou interferência do leitor ou para quem acompanha a modalidade, inteirar-se da escolha da premiação? Outras modalidades recompensam os jogadores homens com polpidos cheques e o fato o prêmio nem sempre chega a ser manchete. A interpretação permite-nos levantar a hipótese de raramente as atletas brasileiras recebem prêmios desse quilate em nível internacional. O que poderíamos na ótica do gênero interpretar? Se a idéia é ressaltar a excelente performance das atletas, por que razão as imagens exibidas não acompanham o que é dito nos textos, tal qual em relação à equipe masculina? Assim, o que é dito, não o é pela imagem; é uma argumentação que pode influir sobre o comportamento de quem lê a mensagem – fazer com que compartilhe de determinadas opiniões.

As principais impressões

O que podemos depreender da análise é que as mulheres atletas ganharam maior visibilidade quando comparamos com estudo anterior (Romero & Pereira, 2008), no entanto, carece maior destaque em relação aos avanços atléticos, quer individual, quer em equipe. A opção pela mídia nesse tipo de artefato cultural remonta ao que se entende na pedagogia construída e reforçada e que passa a influenciar

a sociedade em geral. Impede-lhe de reconhecer individualmente os méritos das performances das atletas.

Os códigos e convenções sociais, embora em nuances, transparecem buscar a corporeidade feminina quer nos moldes gregos atenienses ou sugerindo formas corporais femininas exibidas como mercadoria de consumo. Em concordância com Campos (2006), o corpo exibido, não é algo naturalizado, mas construído social e culturalmente. Ao mergulharmos na materialidade discursiva da mídia, observamos as estratégias para capturar sujeitos, ou melhor, os corpos desses sujeitos, com a finalidade de exibir um corpo saudável (MUHLEN, 2012).

As fotos, observadas à luz de Scott (1995), para quem o gênero consegue explicar a concepção em termos de dominação masculina e controle das mulheres. Sendo a mídia uma instituição generificada e a imprensa esportiva uma reserva de dominação masculina, a escolha das formas femininas como forma de retratar as atletas de um esporte de alto rendimento.

As leituras que deram suporte a esta empreitada e o *corpus* analisado conduzem a algumas conclusões; dentre elas com apoio no referencial teórico permitimo-nos afirmar que de fato a pedagogia cultural midiática constrói e renova a imagem de feminilidade.

O conjunto de fotos representa muitas coisas, entre elas a desigualdade entre os gêneros, estabelecida pelas relações de poder da mídia. Essa situação mostra que as representações sobre o esporte, pontualmente o vôlei feminino, são atravessadas por questões de gênero, e este, retomando Scott (1995) é a forma primária de dar significado às relações de poder.

A mulher conquistou com esforços redobrados, a participação no esporte de alta performance, a mídia esportiva, nas imagens veiculadas, perde uma excelente oportunidade de trazer à luz um grupo historicamente excluído, e pouco representado na mídia, as mulheres negras, que no vôlei brasileiro são de altíssimo nível e de inegável talento.

Pelo que podemos depreender dos dados obtidos, a mídia esportiva reproduz as desigualdades de gênero. Dessa forma, continua num poderoso auxiliar para que o esporte continue a construir e enfatizar as diferenças entre os sexos com base nas tradições de feminilidade (e de masculinidade). Ela faz mais do que criar imagens paralelas de homens e mulheres – ressaltam imagens e por meio dos textos expressa as diferenças entre gênero, operando como importante coadjuvante na perpetuação do relacionamento patriarcal.

Sugerimos que a leitura desses textos imagéticos passe a ser vista não com o propósito técnico apenas, mas principalmente na busca

ROMERO, Elaine *et al.*
Fotos e legendas na
mídia esportiva: o caso
das atletas *SALUSVITA*,
Bauru, v. 33, n. 3, p.
285-308, 2014.

ROMERO, Elaine *et al.*

Fotos e legendas na mídia esportiva: o caso das atletas *SALUSVITA*, Bauru, v. 33, n. 3, p. 285-308, 2014.

de ler/ver alguns sentidos que eles produzem. Na proposta da cultura corporal é uma excelente oportunidade para abrir uma discussão sobre a ideologia dos atuais dirigentes esportivos de que o esporte olímpico é o último degrau a ser galgado, e que é na escola que se devem forjar os futuros atletas perfeitos. Está na ordem do dia o uso das substâncias proibidas e suas consequências.

A tentativa de desnaturalização da mulher atleta deve ser incentivada a fim de que as meninas de hoje desconstruam toda uma história aprendida durante anos. Sugerimos, portanto, aceitando os argumentos de Pires (2006), tentarmos fazer uma história com a perspectiva feminista, trazendo ao centro, às discussões acadêmicas e científicas, os conceitos elaborados nessa nova ótica, evitando assim a reconstrução de uma história generificada que afastou as mulheres da condição de sujeito político de sua própria história.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, S. dos S. Mídia impressa e educação dos corpos femininos. In G. LOURO, J.F. NECKEL, & S.V. GOELLNER (Orgs.). **Corpo, gênero e sexualidade**. Um debate contemporâneo na educação. Petrópolis: Vozes, p. 108-123, 2003.

BRASIL. **Parâmetros Curriculares Nacionais. Educação Física**. Brasília: Ministério da Educação e do Desporto. Secretaria de Educação Fundamental, 1997.

CAMPOS, M.P. A mídia colaborando na constituição dos corpos na contemporaneidade. In VII Seminário Fazendo Gênero 7. **Anais**. Florianópolis/SC: UFSC, 2006.

DEVIDE, F.P., LIMA, F.R., RODRIGUES, F.S.J., & BATISTA, R.B. Produção de sentidos sobre a visibilidade de mulheres atletas no jornalismo esportivo: interpretações a partir do Caderno de Esporte do Jornal “O Globo”. In E. ROMERO & E.G.B. PEREIRA. (Orgs.). **O universo do corpo: masculinidades e feminilidades**. Rio de Janeiro: Shape. p. 402-16, 2008.

FORSYTH, L.H. Pela reapropriação do corpo das mulheres e das meninas, ainda sob o olhar dos outros na cultura popular das sociedades patriarcais. **Labry: estudos feministas**, Florianópolis, n. 3, 2003.

GOMES, P.B., SILVA, P., & QUEIRÓS, P. Distintos registros sobre o corpo feminino: beleza, desporto e mídia. In E. ROMERO & E.G.B. PEREIRA. **O universo do corpo: masculinidades e feminilidades**. Rio de Janeiro: Shape. p. 387-399, 2008.

JOBIM e SOUZA, S., & LOPES, A.E. Fotografar e narrar: a produção do conhecimento no contexto da escola. In **Cadernos de Pesquisa**. São Paulo: Fundação Carlos Chagas, 116, p. 61-80, 2002.

JOLY, M. **Introdução à análise da imagem**. 11.ed. Campinas/SP: Papirus, 2007.

LARAIA, R. de B. **Cultura: um conceito antropológico**. 15ª ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2002.

KNIJNIK, J.D., & SOUZA, J.S.S. de. Diferentes e desiguais: relações de gênero na mídia esportiva brasileira. In A.C. SIMÕES & J.D. KNIJNIK (Orgs.). **O mundo psicossocial da mulher no esporte: comportamento, gênero e desempenho**. São Paulo: Aleph. p. 191-212, 2004.

MANSKE, G.S., GONÇALVES, F.F., SILVA, K.B., & POSTAI, L. Educação, esporte e sociedade: uma análise cultural da mídia impressa em Blumenau na cobertura dos XV Jogos Pan-Americanos. **Efdeportes**, Buenos Aires, v. 14, n. 138, p. 9, 2009. Disponível em www.efdeportes.com/RevistaDigital.

MARTINS, L.T., & MORAES, L. O futebol feminino e sua inserção na mídia: a diferença que faz uma medalha de prata. **Pensar a Prática**, Goiás, v.10, n. 1, p. 69-81, 2007. Disponível em: www.revistas.ufg.br/index.php/fef/.../1374.

MIRAGAYA, A. A mulher olímpica: tradição versus inovação na busca pela inclusão. In **Anais do III Fórum Olímpico**. Rio de Janeiro: Gama Filho, 2002.

_____ The process of inclusion women in the Olympic Games. Tese de Doutorado. Programa de Pós-Graduação em Educação Física. Universidade Gama Filho, Rio de Janeiro/RJ, 2006.

_____ As mulheres nos Jogos Olímpicos: participação e inclusão social. In K. Rubio (Org.). **Megaeventos Esportivos, Legado e Responsabilidade Social**. São Paulo: Casa do Psicólogo, 2007.

MUHLEN, J.C.V. Esporte e Mídia: Representações de gênero para atletas no Pan-Americano Rio 2007. In **Seminário Corpo, Gênero e Sexualidade. Composições e desafios à formação docente**. FURG/RS, 06-08 mai, 2009. Disponível em: http://www2.ufrgs.br/XIIPA-LOPS/relatorio_trabalhos_aceitos_convertido.html .

OLIVEIRA, N.A.S. de. A beleza que se compra... o gênero que se constrói. Uma análise publicitária de produtos de beleza para homens e mulheres (1950- 1990). In Seminário Internacional Fazendo Gênero 7. **Anais.**, Florianópolis, 2006.

ROMERO, Elaine *et al.* Fotos e legendas na mídia esportiva: o caso das atletas *SALUSVITA*, Bauru, v. 33, n. 3, p. 285-308, 2014.

ROMERO, Elaine *et al.*
Fotos e legendas na
mídia esportiva: o caso
das atletas *SALUSVITA*,
Bauru, v. 33, n. 3, p.
285-308, 2014.

OLIVEIRA, A.V., PIMENTEL, G.G.A., MUHLEN, J.C.V. O corpo olímpico no cubo d'água. **Motrivivência**, Florianópolis, v. 24, n. 8, p 174-186, 2012.

PILOTTO, F.M. Representações da cultura corporal em textos de jornais. **Revista Brasileira de Ciências do Esporte**, Curitiba, v. 1, n. 21, p. 416-422, 1999.

PIRES, G. De L., BETTI, M., BITENCOURT, F.G., & HACK, C. Retrato da Produção em Educação Física/Mídia no Brasil. In *ANAIS*. 3º Congresso Sulbrasileiro de Ciências do Esporte. Santa Maria, 2006. Disponível em: www.nepef.ufsc.br/labomidia/observatorio_publicacoes2006.php.

PIRES, G. De L., & MOL, M. da C. Saúde e estética na mídia impressa brasileira, 2006. Disponível em: www.nepef.ufsc.br/labomidia/observatorio_publicacoes2006.php.

PIRES, M.V. Mulheres em profusão: representações de gênero na publicidade brasileira. In Seminário Internacional Fazendo Gênero 7. **Anais.**, Florianópolis, 2006.

PRONI, M.W. Esporte-Espetáculo e Futebol-Empresa. Tese de Doutorado, Faculdade de Educação Física, Universidade Estadual de Campinas. SP, Brasil, 1998.

PRONI, M.W. A . Reinvenção dos Jogos Olímpicos: um projeto de marketing. **Esporte e Sociedade**, Niterói, v. 3, n. 9, 2008. Disponível em: <http://www.uff.br/esportesociedade/pdf/es904.pdf>.

QUEVEDO, M. **O corpo da mídia e o corpo do homem**, 2003. Disponível em: www.estadao.com.br.

REIN, I., KOTLER, P., & SHIELDS, B. **Marketing Esportivo**: a reinvenção do esporte na busca de torcedores. Porto Alegre: Bookman, 2006.

ROMERO, E. A (in)visibilidade da mulher atleta no jornalismo esportivo do Rio de Janeiro. In A.C. SIMÕES & J.D. KNIJNIK. **O mundo psicossocial da mulher no esporte**: comportamento, gênero e desempenho. São Paulo: Aleph. p. 213-252, 2004.

ROMERO, E. & PEREIRA, E.G.B. A hierarquia de gênero na imprensa esportiva: imagens das atletas do vôlei de quadra In **II Seminário Internacional Enfoques Feministas e o Século XXI**: Feminismo e Universidade na América Latina, Belo Horizonte, 1999.

SCOTT, J. Gênero: uma categoria útil de análise histórica. **Educação e Realidade**, Porto Alegre, v. 20, n. 2, p.71-100, 1995.

SMIT, J.W. A representação da imagem. **Informare:** Cadernos do Programa de Pós-graduação em Ciência da Informação, Rio de Janeiro, v. 2, n. 2, p. 28-36, 1996.

SMITH DICTIONARY. (1875). Herea. Disponível em: http://penelope.uchicago.edu/Thayer/E?Roman/Texts/secondary/SMIGRA*/herea.htm

ROMERO, Elaine *et al.* Fotos e legendas na mídia esportiva: o caso das atletas *SALUSVITA*, Bauru, v. 33, n. 3, p. 285-308, 2014.