

DOI: 10.21204/2359-375X/

Jogos Olímpicos do Rio 2016 e Esportes de Alto Contato na Imprensa Brasileira: a Invisibilidade da Força da Mulher em Troca de sua Beleza Física

Olympic Games Rio 2016 and Full Contact Sports in the Brazilian Press: the Invisibility of Women's Force in Exchange For Her Physical Beauty

José Carlos MARQUES¹

Universidade Estadual Paulista

Marta Regina Garcia CAFFEO²

Faculdade Anhanguera | Bauru - SP

Resumo

Este artigo pretende refletir sobre as dificuldades enfrentadas pelas mulheres nos esportes de alto contato, destacando as representações sociais construídas sobre o papel feminino. A mulher por muito tempo foi impedida de praticar modalidades de alto contato, como o futebol, o rúgbi e diversas modalidades de luta, por serem considerados esportes para homens. Hoje em dia, apesar de poderem participar dessas modalidades, as mulheres enfrentam outros desafios, como a falta de visibilidade, de incentivos, de investimentos e de infraestrutura. Nas mídias, as mulheres esportistas tendem a ser valorizadas pela sua beleza corporal e constantemente são retratadas como musas do esporte. Os Jogos Olímpicos do Rio 2016 são uma oportunidade de visibilidade e de crescimento da mulher atleta. Para isso, seria importante que o Comitê Olímpico Brasileiro, as Confederações e a mídia divulgassem os esportes sem reafirmar estereótipos sociais, buscando-se a quebra de barreiras e estigmas de gênero.

Palavras-chave

Imprensa; Mulher; Representações; Jogos Olímpicos; Comunicação.

Abstract

This article aims to reflect on the difficulties faced by women in full contact sports, highlighting the social representations built on the female role. The woman has long been prevented from practicing modalities of full contact such as football, rugby and many types of fight, because they were considered for men to practice. Today, although they may participate in these arrangements, women face other challenges, such as lack of visibility, incentives, investment and infrastructure. In the media, sportswomen tend to be valued for their body beauty and are constantly portrayed as muses of sport. The Olympic Games of 2016 are an opportunity for visibility and growth of female athletes. For this, it is important that the Brazilian Olympic Committee, the Confederations and the media disclose sports without reaffirming social stereotypes, pursuing the break of barriers and gender stigmas.

Keywords

Press; Women; Representations; Olympic Games; Communication.

RECEBIDO EM 26 DE NOVEMBRO DE 2016
ACEITO EM 12 DE MAIO DE 2017

¹ Doutor em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. Docente do Programa de Mestrado em Comunicação da Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (UNESP) – Campus de Bauru – SP. Contato: zeca.marques@faac.unesp.br

² Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (UNESP) Campus Bauru – SP. Docente da Faculdade Anhanguera de Bauru. Contato: martacaffeo@gmail.com

Introdução

Este artigo tem como objetivo propor uma reflexão sobre a participação das mulheres nos Jogos Olímpicos, destacando as dificuldades enfrentadas na prática de algumas modalidades. Pretende-se debater a pouca presença feminina nos esportes de alto contato como um fator relacionado com a desigualdade de gênero e destacar a trajetória de lutas, desafios e superação das esportistas para serem aceitas nesse universo de machismo velado.

Segundo dados de pesquisa do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA) publicada em 2014,

a população brasileira ainda possui uma visão de família nuclear patriarcal em que o homem é percebido como o chefe da família, e a esposa por sua vez, deve 'se dar ao respeito' e se comportar segundo o papel prescrito pelo modelo patriarcal heteronormativo.

No modelo patriarcal heteronormativo, o homem é tido como o provedor do lar, existem regras e modelos de como homens e mulheres devem se comportar. Assim, as conquistas das mulheres pelos direitos de igualdade ainda hoje na maioria das vezes são consideradas transgressões, já que o machismo está naturalizado em diversas instâncias da sociedade. Também os estudos de Silvana Goellner, uma das principais pesquisadoras brasileiras sobre as questões de gênero e o esporte, apontam que há vários tipos de discurso de legitimação da desigualdade de gênero, que estão presentes também no contexto esportivo. Além disso, é comum as mulheres esportistas serem valorizadas mais pela sua beleza corporal do que pelo desempenho e competência na prática esportiva.

Nas Olimpíadas, as mulheres por um longo período foram discriminadas no universo de várias práticas desportivas, com proibições e preconceitos que atingiam diversas modalidades, em especial aquelas que apresentam características "masculinas". O ambiente esportivo é também um modelo da realidade social, no qual valores culturais e sociais, assim como implicações ideológicas, econômicas e políticas estão presentes. Nesse contexto, as mulheres do esporte também vivenciam ainda hoje muitas dificuldades, já que há um senso comum institucionalizado do papel da mulher e de sua valorização na maioria das vezes, não como

atleta e pelo seu desempenho, mas como “musa” do esporte, dando destaque para sua beleza.

Assim parte-se do pressuposto de que a inserção das mulheres nos esportes de alto contato tem sido lenta, pois é preciso romper com as representações sociais estabelecidas; uma delas, por exemplo, supõe que as práticas esportivas mais intensas levariam à masculinização do corpo feminino. Apesar de o esporte representar uma oportunidade de emancipação da mulher, a noção de que seu corpo é frágil, na mesma medida em que é belo, dificulta a aceitação das mulheres na prática dos esportes de alto contato físico, tidos como território masculino.

Para esta reflexão é preciso adentrar nas discussões a respeito das questões de gênero, já que a temática está cada vez mais presente na sociedade (na mídia e nos esportes). Ainda hoje muitas mulheres e meninas continuam sofrendo diversos tipos de discriminação e violência; além disso, os estereótipos criados não contribuem para que elas tenham as mesmas oportunidades na educação, nos empregos e nas práticas esportivas.

Este artigo está baseado em conceitual teórico dos estudos de Simone de Beauvoir, Joan Scott, Pierre Bourdieu, Silvana Goellner, Serge Moscovici, e Roberto DaMatta. Inicialmente apresentamos uma breve concepção dos estudos de gênero. Na sequência, trazemos um breve histórico das mulheres nos Jogos Olímpicos, tido hoje como um possível espaço de visibilidade para elas. Em seguida são abordadas as representações sociais da mulher nos esportes, buscando-se compreender como são produzidas e naturalizadas as representações sociais, e também refletir o porquê de algumas práticas esportivas serem vistas por muito tempo como algo que poderia masculinizar as mulheres e afetar seu sistema reprodutivo, o que deixa claro que inicialmente o papel social das mulheres era apenas o de mãe, esposa e cuidadora. Finalizando, analisamos a campanha do Comitê Olímpico Brasileiro, divulgando modalidades em que o Brasil competirá nas Olimpíadas do Rio 2016 e destacando os desafios e as oportunidades que o evento representa para as atletas brasileiras.

Questões de gênero

É fato que a luta das mulheres pela igualdade de direitos vem de longo tempo, e é permeada por transgressões, desafios e conquistas. Mesmo com o direito ao voto, obtido pelas mulheres nos anos de 1930 e

considerado como uma das grandes conquistas femininas, somente a partir da Declaração Universal dos Direitos Humanos, proclamada na Assembleia Geral das Organizações Unidas (ONU) em 1948, é que se iniciou a abertura de um espaço para o debate de ideias em relação às questões de discriminação envolvendo gênero, cor, credo, religião e ideologias.

Esse processo permitiu o surgimento de uma nova consciência feminina, tanto no campo das manifestações culturais, sociais, ideológicas, econômicas e políticas, como no campo dos diferentes tipos de esportes, individuais e coletivos, buscando-se repensar uma nova imagem e representação do papel da mulher na sociedade.

Os estudos feministas constituem-se, assim, como um campo polêmico, plural, dinâmico e constantemente desafiado; um campo que tem o autoquestionamento como “marca de nascença”. Como consequência, isso implica um fazer científico que supõe lidar com a crítica, assumir a subversão e, o que é extremamente difícil, operar com as incertezas. (LOURO, 2002, p. 14).

A escritora e feminista francesa Simone de Beauvoir, ao lançar o livro “O Segundo Sexo” em 1949, colocou a mulher no centro do debate, rompendo com a tradição que a mantinha invisível na sociedade e contribuindo com o início das discussões relacionadas as questões de Gêneros. Sua célebre frase “Ninguém nasce mulher: torna-se mulher” demonstra o trabalho da autora, que busca compreender quais lugares sociais pertenciam aos homens e que lugares eram destinados às mulheres, assim como os mitos, destinos biológicos, condições do ser e posições sociais que permeavam e que ainda estão muito presentes na figura do homem e na figura da mulher na sociedade.

Ninguém nasce mulher: torna-se mulher nenhum destino biológico, psíquico, econômico define a forma que a fêmea humana assume no seio da sociedade; é o conjunto da civilização que elabora esse produto intermediário entre o macho e o castrado que qualificam de feminino. Somente a mediação de outrem pode constituir um indivíduo como um *Outro*. Enquanto existe para si, a criança não pode apreender-se como sexualmente diferenciada. (BEAUVOIR, 1967, p. 9).

Nesse sentido é possível atribuir às mulheres muitos valores e comportamentos sociais como algo biologicamente determinado pela sociedade, pela cultura e pelas tradições. Cria-se assim uma dualidade

entre sexo e gênero, como que se o primeiro estivesse relacionado à natureza e o segundo à cultura. Esses comportamentos têm sido amplamente debatidos e refutados pelas feministas, que lutam por uma igualdade entre os gêneros nos direitos e deveres.

Os movimentos feministas, em prol dos direitos das mulheres, foram um importante movimento social que começou a ter visibilidade no final do século XIX com o sufragismo. Para Celi Pinto, autora do livro uma "História do feminino no Brasil", o movimento sufragista, considerado como a primeira onda do feminismo, tinha uma tendência de ser "bem comportado"; não questionava a opressão da mulher, mas focava na luta para inclusão das mulheres à cidadania. Além disso, reivindicava o direito ao voto como um complemento para o bom andamento da sociedade e não como uma proposta de alteração das relações de gênero.

Os movimentos cresceram entre as décadas de 1960 e 1970, marcando o início da luta pela superação das desigualdades entre homens e mulheres e pela autonomia e emancipação das mulheres. Portanto, o feminismo marca a história da humanidade como um fato social significativo. Com o crescimento dos movimentos feministas, houve também um desenvolvimento dos estudos feministas e pós-estruturalistas, com a criação de institutos, núcleos e grupos de pesquisas. A partir disso, os estudos de gênero começaram também a se destacar, buscando compreender as relações de gêneros na cultura e sociedade humanas.

Para Joan Scott, historiadora norte-americana autora de um renomado artigo que demarca uma leitura pós-estruturalista a respeito do gênero, "O gênero é um elemento constitutivo das relações sociais baseado nas diferenças percebidas entre os sexos. O gênero é uma forma primária de dar significado às relações de poder" (SCOTT, 1995, p.86). Para autora, gênero seria uma categoria social imposta sobre um corpo sexuado.

No Brasil a partir dos anos de 1980 com a redemocratização do país, o feminismo entrou em uma fase de crescimento na luta pelos direitos das mulheres, com diversos temas como violência, sexualidade, direito do trabalho, igualdade no casamento, direito à terra, direito à saúde, luta contra o racismo e a homofobia, a liberdade das opções sexuais etc. Mesmo com a efervescência na luta pelos direitos das mulheres em parte realizadas por diversas Organizações Não-Governamentais (ONGs) e pelos inúmeros grupos, projetos e coletivos que surgiram em todas as regiões do país, é notório que a desigualdade entre

os gêneros ainda hoje é uma realidade, construída em anos e anos de história, com opressão e com papéis delimitados para homens e mulheres. Esta condição, no entanto, passou a ser questionada e combatida de diversas formas, inclusive com intervenções junto ao Estado, para aprovação de medidas protetoras para as mulheres.

No campo esportivo, o direito de participação das mulheres como atletas nos Jogos Olímpicos teve uma longa trajetória de transgressões e superações para conquistar um espaço antes restrito aos homens e também para obter o reconhecimento da capacidade técnica das atletas no desempenho das modalidades esportivas. Porém, vale destacar que as relações de poder, assim como os estereótipos dos papéis de homem e mulher, mais as respectivas representações sociais, ainda estão muito presentes no ambiente esportivo.

Segundo Bourdieu (2003, p. 08), a dominação de gênero consiste em uma violência simbólica,

violência suave, insensível, invisível a suas próprias vítimas, que se exerce essencialmente pelas vias puramente simbólicas da comunicação e do conhecimento, ou, mais precisamente, do desconhecimento, do reconhecimento, ou em última instância do sentimento.

O autor, ao mencionar a violência simbólica, está destacando os mecanismos de dominação e exclusão social que são utilizados por indivíduos, grupos ou instituições, em diversos espaços, inclusive nos esportes.

De acordo com reportagem da Revista *IstoÉ* (2016), nos esportes de alto contato, como o futebol, o rúgbi, o boxe, o judô, entre outros, ainda hoje as mulheres não possuem as mesmas oportunidades que os homens. Faltam incentivos para as atletas na prática dessas modalidades no Brasil e interesse da mídia esportiva na cobertura, e sobram dificuldades na captação de recursos e patrocínios. Já para Miragaya o patrocínio é um fator decisivo para a participação da mulher nos Jogos Olímpicos:

Nem todas as mulheres tiveram ou têm a credibilidade e o apoio dos comitês locais e de patrocinadores, logo, torna-se bastante difícil para muitas atletas conseguirem viajar para os locais de competição. A maioria delas não trabalha fora e quando o fazem, a renda tende a ser bem mais baixa do que a renda masculina. Os atletas masculinos, por sua vez, têm mais credibilidade devido à tradição, portanto, conseguem mais oportunidades. Além disso, a

renda masculina tende a ser maior do que a feminina, o que lhes permite fazer investimentos em viagens. (MIRAGAYA, 2002).

Portanto, a violência simbólica nos esportes reflete a maneira desigual como são tratados homens e mulheres atletas. Os esportes praticados por mulheres não compartilham nos espaços públicos e na cobertura jornalística do mesmo prestígio dos esportes praticados por homens. Além disso, a premiação masculina é maior do que a feminina em 30% dos esportes. Por outro lado, há também inúmeros casos de assédios sofridos por atletas mulheres pelos seus treinadores e ou técnicos, fato este que limita a permanência da mulher no esporte (REVISTA *ISTOÉ*, 2016).

A participação das mulheres nos Jogos Olímpicos

Os Jogos Olímpicos da Era moderna surgiram ao final do Século XIX, momento em que a Inglaterra se utilizou o esporte para fundamentar uma base pedagógica na educação de seus jovens. O Barão Pierre de Coubertin, fundador do Comitê Olímpico Internacional (COI) em 1894, acreditava no poder educador e integrador dos povos – daí as bases do esporte moderno na base do discurso fundador desse órgão do chamado “Movimento Olímpico”. Dentro do contexto cultural da época, Coubertin não concordava com a participação das mulheres nos Jogos, exceto como espectadoras. Na sua concepção, as Olimpíadas deveriam servir para celebrar a masculinidade através da prática atlética da força, da virilidade e da coragem. Durante todo o tempo que esteve na presidência do COI, de 1896 a 1925, trabalhou para desencorajar os esportes femininos, apesar de sofrer resistências de outros membros do Comitê, que defendiam o direito de participação das mulheres (TURINI; DACOSTA, 2002).

Com o fim da II Guerra Mundial e a votação em 1948 da Declaração Universal dos Direitos Humanos, que condenava qualquer tipo de discriminação, com referência explícita à de gênero, o esporte feminino avançou. Porém ainda assim havia uma associação entre os esportes de equipe coletivos, como uma prática para os homens, e as atividades *fitness* para as mulheres. Segundo Turini; Dacosta (2002, p. 716), “mulheres atletas, musculosas, fortes e suadas, de forma geral, ainda eram vistas como ofensivas e pouco femininas pela imprensa e pela sociedade”. Portanto as mulheres tiveram ainda que lutar pelo espaço de

seus direitos humanos e inclusive pelo reconhecimento do seu desempenho na área esportiva.

A década de 1970 foi importante para o crescimento da participação feminina nos jogos olímpicos, algo que se consolidou na década de 1980, com as mudanças propostas nas políticas internas do COI para o esporte feminino e com a divulgação do Colégio Americano de Medicina esportiva, favorável à participação feminina em modalidades esportivas de longa duração, como a maratona. Mesmo com o crescimento das mulheres atletas nas competições de alto nível, o número de eventos para participação e os prêmios recebidos eram menores do que os masculinos.

Nos XXV Jogos Olímpicos de Barcelona em 1992, quase três mil atletas mulheres competiram em dezenove modalidades. Porém, o grande avanço do COI em relação à mulher no esporte aconteceu no Congresso Olímpico Centenário, realizado em 1994, em Paris, em comemoração aos 100 anos da reedição dos Jogos Olímpicos da era Moderna. Na reunião ficou acordado que o comitê deveria promover a participação feminina em todos os níveis e garantir as bases de igualdade de oportunidades entre homens e mulheres, visando proporcionar às mulheres um papel significativo no Movimento Olímpico.

Somente nos Jogos Olímpicos de Londres em 2012, as mulheres representaram 44% do total de participantes, com cinco mil atletas, sendo que todos os 204 países participantes tinham atletas de ambos os sexos em suas delegações. O número de medalhas conquistadas pelas mulheres alavancou a posição de alguns países no quadro final de classificação (GOELLNER, 2012), como no caso dos Estados Unidos e China, que nas últimas edições deste evento esportivo vêm disputando a liderança no quadro de medalhas. De acordo com dados do Comitê Olímpico Internacional³, entre os dez primeiros países do quadro de medalhas, em quatro deles as mulheres tiveram o melhor desempenho; os Estados Unidos conquistaram o primeiro lugar com 104 medalhas, sendo que 58 foram conquistadas através de vitórias femininas. A China obteve o segundo lugar, sendo que das 87 medalhas ganhas 49 foram conquistadas através de atletas mulheres. Já a Rússia conquistou 44 medalhas de mulheres e 38 de homens, e a Austrália teve 20 pódios femininos e 15

³ Disponível em:

<http://www.olympic.org/Documents/Reports/Official%20Past%20Games%20Reports/Summer/ENG/2012-RO-S-London_official_results.pdf>. Acesso em: 17 abr. 2016.

masculinos. Os dados comprovam o crescimento da participação e de conquistas das mulheres nas Olimpíadas.

O Brasil, nos Jogos Olímpicos de 2012, teve a sua delegação com 47,47% de mulheres, percentual inédito na história do esporte nacional. Na classificação geral, ficou em 22º lugar, com a conquista de 17 medalhas. As mulheres participaram de 32 modalidades e obtiveram premiação no boxe, judô, pentatlo, vôlei e vôlei de praia (2 ouros e 4 bronzes, totalizando 6 medalhas); já os homens triunfaram no boxe, futebol, ginástica artística, judô, natação, vela, vôlei e vôlei de praia (2 ouros, 5 pratas e 5 bronzes, totalizando 11 medalhas) (GOELLNER, 2012).

Mesmo com o crescente número de mulheres participantes dos Jogos Olímpicos, esse indicador não retrata o avanço de políticas públicas e de investimentos para o incentivo das mulheres nos esportes. Ainda hoje, há muito pouco incentivo da família, da escola e da mídia para a mulher se inserir no meio esportivo, especialmente em modalidades de alto contato. As conquistas femininas na maioria dos casos são frutos de práticas individuais e de determinação de grupo de mulheres, que superam as barreiras para se inserirem no cenário do esporte nacional e internacional. No campo da direção esportiva e no acesso a cargos de responsabilidade nas organizações desportivas, as mulheres ainda são minoria absoluta, refletindo os estudos de mulheres nos altos cargos das organizações, segundo a qual, quanto maior a hierarquia, menor é o número de mulheres (RASEAM, 2014).⁴

Por maiores que tenham sido as transformações sociais nas últimas décadas, com as mulheres ocupando os espaços públicos, o ordenamento patriarcal permanece muito presente em nossa cultura e é cotidianamente reforçado, na desvalorização de todas as características ligadas ao feminino, na violência doméstica, na aceitação da violência sexual. A família patriarcal organiza-se em torno da autoridade masculina; para manter esta autoridade e reafirmá-la, o recurso à violência – física ou psicológica – está sempre presente, seja de maneira efetiva, seja de maneira subliminar. (IPEA, 2014).

É preciso ressaltar que, apesar do aumento da participação das mulheres nos esportes, ainda hoje elas não têm os mesmos espaços que os homens no campo esportivo. Tantos nos espaços escolares como nos

⁴ Disponível em: <http://www.spm.gov.br/central-de-conteudos/publicacoes/publicacoes/2015/livro-raseam_completo.pdf>. Acesso em: 17 abr. 2016.

de lazer e gestão esportiva, investimento de clubes etc., os homens possuem maiores oportunidades e incentivos. Para Simões (2003 p. 15), "o estereótipo de mulher atleta representa um produto de papéis conflitantes com os próprios valores de desigualdade social entre aqueles que 'dominam' (homens) e os que são 'dominados' (mulheres)". Ainda hoje os estudos feministas desafiam o histórico binômio de ordem biológica "homem x mulher", com a proposta de demonstrar que não são as características fisiológicas e anatômicas, nem ao menos as distinções socioeconômicas, vistas isoladamente, que têm o poder de definir as características, diferenças e inferioridades das mulheres.

Nesse sentido, é preciso compreender que as representações sociais da mulher foram também construídas com o suporte das mídias, através de textos jornalísticos, programas de televisão, telenovelas, filmes e publicidades. Essas representações sociais continuam, ainda hoje, sendo reafirmadas através dos veículos de comunicação.

A mídia e as representações sociais da mulher nos esportes

Segundo Jodelet (2001) a importância da comunicação para a constituição de representações sociais está baseada em três pontos fundamentais: a comunicação é o vetor de transmissão da linguagem, que ao mesmo tempo é portadora de representações; a comunicação repercute sobre processos estruturais e formais do pensamento social, na medida em que engaja processos de interação social, assim como de influencia, consenso/dissenso e polêmica e; contribui na fabricação de representações que apoiadas na energética social, são pertinentes para a vida dos grupos sociais.

Desse modo, a mídia tem um papel fundamental na construção das representações sociais, que são produzidas e naturalizadas, no universo sociocultural, através de um sistema de produção de significados, com representações mentais, linguagens e signos. De acordo com Moscovici (2007, p. 21), as representações sociais são um sistema de valores, ideias e práticas construídos socialmente, por meio, do qual indivíduos e comunidades estabelecem uma ordem para se orientarem no mundo material e social e controlá-lo, e, também, para comunicar-se e construir um código para nomear e classificar os aspectos do mundo e de sua história individual e social. Assim, as representações sociais são vistas como sistemas de interpretação que orientam e organizam a relação das pessoas, com o mundo e com outros.

A mídia tem um papel de destaque na construção e no reforço das representações sociais e nos estereótipos, pois o reconhecimento e a visibilidade de muitos grupos são conquistados através dela. Vale destacar que os papéis determinados pelas representações sociais à mulheres, por um longo período, estavam associados à esposa, cuidadora, mãe, dona de casa etc. Ainda conforme Moscovici (2007, p. 67), as formas de representações são originadas a partir de dois mecanismos de um processo baseado na memória e em conclusões passadas: a ancoragem e a objetivação. A ancoragem é uma aproximação de algo desconhecido para um paradigma que já está estabelecido anteriormente nomeando o objeto, que se torna distinto pelas características que são atribuídas, isto é tornando-se também “objeto de uma convenção entre os que adotam e partilham a mesma convenção”. A objetivação é outro mecanismo que origina a representação social, sendo mais atuante que o anterior. Consiste em transformar ideias e noções em algo quase concreto, em algo que exista no mundo físico, unindo a ideia de não familiaridade com a de realidade, sendo percebido primeiramente como um universo puramente intelectual e remoto, para depois aparecer de forma física e acessível (MOSCOVICI, 2007, p. 71).

Vemos assim que as mulheres ainda enfrentam grandes desafios na sociedade e ambiente esportivo, já que as representações sociais estão relacionadas com a sua trajetória de discriminação, com a falta de direitos, com os estereótipos e os discursos propagados da sua fragilidade e inferioridade. Como afirma o antropólogo Roberto DaMatta, o ambiente esportivo é um reflexo da sociedade:

A sociedade se revela tanto pelo trabalho, quanto pelo esporte, religião, rituais e política. Cada uma dessas esferas é uma espécie de “filtro” ou de operador, através do qual a ordem social se faz e refaz, inverte-se e reafirma-se, num jogo básico para a sua própria percepção enquanto uma totalidade significativa. (DAMATTA, 1982, p. 23).

Por um longo período as mulheres foram reprimidas pela sociedade na prática de diversas modalidades esportivas, especialmente as de grande contato físico, força ou propulsão do corpo, por serem considerados esportes masculinos. Ainda segundo DaMatta (1982, p. 24), o esporte em geral, enquanto atividade da sociedade, “é a própria sociedade exprimindo-se por meio de uma certa perspectiva, regras, relações, objetos, gestos, ideologias etc. [...]”. Portanto, a trajetória das

mulheres nos esportes reforça as representações sociais construídas e a dominação masculina nos espaços públicos onde a mulher deveria ser apenas espectadora.

Com a conquista dos direitos de participação nos esportes, hoje a mulher enfrenta ainda outros desafios, como o sexismo enraizado na cultura popular e o estigma de que as práticas esportivas de alto contato e de força levam as mulheres à masculinização do corpo. Além disso, há também outras dificuldades, conforme destaca Goellner, pois a situação das mulheres ainda é desigual se comparadas aos homens:

No esporte de rendimento, são bem menores os recursos destinados para patrocínios, incentivos, premiações e salários; em algumas modalidades, a realização de campeonatos é bastante restrita e, por vezes, inexistente; há pouca visibilidade nos diferentes meios midiáticos; a participação de mulheres em órgãos dirigentes e de gestão do esporte é ínfima; a inserção em funções técnicas, como treinadoras e árbitras, ainda é diminuta; federações, confederações, clubes e associações esportivas mantêm registros precários sobre a participação das mulheres em seus dados oficiais, especialmente no que se refere a aspectos históricos. (GOELLNER, 2012).

A mídia teve um grande impacto em normatizar o que foi estabelecido pela sociedade em relação às questões de gênero e as representações sociais das mulheres. Desde a infância as meninas são incentivadas pela sociedade a gostarem de esportes em que a prática dê ênfase à beleza do corpo feminino; por outro lado, a prática dos esportes que envolvem contato físico ainda enfrenta muitos preconceitos.

Na relação entre esporte, imagem corporal e exploração da mídia, o produto final tem sido a exaltação da juventude eterna associada ao desempenho que quebra contínuos records. Como mercadorias, atletas são elogiados ou depreciados em função da performance que seus corpos conseguem em fina sintonia com um movimento social que deprecia trabalhadores braçais e intelectuais no envelhecimento. (ALONSO, 2004).

Os estudos feministas lutaram desde o início para a integração das mulheres como um sujeito político e social. A cultura da mídia contribuiu por sua vez para criar formas de dominação ideológica, que colaboram para reiterar as relações de poder e dominação vigentes. Porém, ao mesmo tempo fornecem também um instrumental para a construção e o fortalecimento de identidades, lutas e resistência. Para Messner (2002), a

mídia contemporânea tende a abordar sobre atletas do sexo feminino em suas notícias normalmente de quatro formas; primeiro quando os esportes coletivos são televisionados, falando pouco sobre a presença das mulheres nos esportes individuais; segundo, a mídia retrata atletas do sexo feminino como mais atrativas quando são heterossexuais e destacam sua feminilidade e sua maternidade. Em terceiro a mídia reafirma o domínio dos homens no esporte por meio de ataques verbais contra atletas mulheres bem sucedidas. E, por último, incorpora a cobertura de alguns atletas excepcionais, a fim de disfarçar as desigualdades existentes na cobertura midiática das mulheres atletas.

Dessa forma, a mídia, ao manter os homens atletas como o centro do discurso midiático, reafirmam as desigualdades enfrentadas pelas mulheres no campo esportivo. No Brasil de uma forma geral há pouco espaço para o esporte feminino na televisão aberta e na mídia impressa. Há quase uma monocultura esportiva, onde o futebol masculino é grande destaque das transmissões televisivas. Apenas os canais por assinatura oferecem outras opções além do futebol, como esportes radicais, tênis, vôlei, basquete etc. Já nos portais de notícias e na mídia impressa, é muito comum vermos atletas representadas como “musas” do esporte, destacando-se sua beleza e sensualidade. Além disso, em muitas matérias referentes aos esportes praticados por mulheres, o conteúdo acaba focado para as questões estéticas, de beleza e vaidade, não se valorizando o esforço e o treinamento realizado pelas atletas para o seu desempenho na modalidade.

De acordo com Simões (2003, p. 35), “somente a partir do questionamento dos papéis sociais provocados pelo movimento feminista que as mulheres, mesmo aquelas que rejeitavam o feminismo, passaram a participar de atividades esportivas”. Portanto, as representações sociais ao longo do tempo estão sendo combatidas, mas ainda em muitos momentos são reforçadas pelas mídias. Adjetivos como graça, simpatia, harmonia, musa e beleza são palavras que comumente figuram em reportagens que destacam as atletas.

Segundo Bourdieu (2002), a dominação masculina determina como as masculinidades e as feminilidades são construídas simultaneamente em dois campos relativos às relações de poder, nas relações de homem com mulheres, desigualdade de gênero, gerando a violência simbólica.

A dominação masculina, que constitui as mulheres como objetos simbólicos, cujo ser é um ser-percebido, tem por efeito coloca-la em permanente estado de insegurança corporal, ou melhor, de dependência simbólica: elas existem primeiro pelo, e para, o olhar dos outros, ou seja, enquanto objetos receptivos, atraentes, disponíveis. Delas se espera que sejam “femininas”, isto é, sorridentes, simpáticas, atenciosas, submissas, discretas, contidas ou até mesmo apagadas. (BOURDIEU, 2002, p. 41).

Nesse sentido, tal violência está na falta de oportunidades e de espaços para as mulheres, já que a falta de estrutura do futebol leva muitas jogadoras a desistirem da carreira. Vale ressaltar que a falta de divulgação e de cobertura da mídia jornalística nos esportes praticados por mulheres reflete-se nas dificuldades enfrentadas ainda hoje pela maioria das atletas de futebol, que recebem baixos salários e são obrigadas a buscar outro trabalho para o seu sustento, não podendo se dedicar exclusivamente à carreira de atleta. Goellner destaca ainda que no discurso sobre o esporte feminino, predomina uma “representação essencialista de gênero”.

A espetacularização do corpo feminino é aceita e incentivada em determinados locais sociais, em especial, aqueles que valorizam uma representação de feminilidade construída e ancorada na exacerbação, por exemplo, da beleza e da sensualidade. Noutros, como o campo de futebol ou as arenas de lutas, essa espetacularização direciona-se para o estranhamento a estes corpos femininos performantes, fundamentalmente, porque às mulheres, cuja aparência corporal é excessivamente transformada pelo exercício físico e pelo treinamento contínuo, são atribuídas características viris que não apenas questionam sua feminilidade, mas também colocam em dúvida a autenticidade do seu sexo. (GOELLNER, 2005, p. 148).

Nesse contexto, em fevereiro de 2016, o time de futebol do Atlético-MG promoveu um desfile no lançamento do novo uniforme do clube para atual temporada, utilizando-se de modelos femininas, vestidas com camisa oficial do clube e calcinha (lingerie); e em outro momento, elas apresentavam-se de biquíni, envolvidas com a bandeira do clube. O fato repercutiu negativamente nas redes sociais, com o manifesto de diversas pessoas que denunciaram o “machismo” e a “objetificação da

mulher”, em função da exposição das modelos vestindo trajes mínimos, de forma apelativa, em um evento de finalidade esportiva (VEJA, 2016).⁵

Para finalizar, Kolnes (1995) considera que o público e a mídia, apesar de esperarem por performances esportivas talentosas, rápidas (que exigem mais força e destreza), identificariam as mulheres que as obtêm como “não femininas”, forçando-as a realçarem seus aspectos femininos antes, durante e depois da competição, deixando de lado muitas vezes os aspectos relacionados ao desempenho esportivo. Os Jogos Olímpicos Rio 2016 podem mostrar-se assim como um momento de reflexão sobre as representações sociais da mulher, os espaços conquistados no campo esportivo e também para o combate ao sexismo e ao machismo.

A plasticidade do corpo feminino e as peças do COB (Comitê Olímpico Brasileiro)

A Olimpíada do Rio 2016 é vista como uma grande oportunidade para todos os atletas brasileiros ganharem visibilidade na mídia local, o que contribui para a conquista de investimentos, patrocinadores e consequentemente um crescimento profissional na carreira de atleta e da modalidade praticada. Desta forma o evento pode contribuir com as modalidades de alto contato físico praticadas por mulheres, se conseguirem atrair a atenção para o esporte, demonstrando as técnicas, as jogadas e o desempenho das mulheres.

Mesmo com todas as dificuldades enfrentadas pelas mulheres nas práticas esportivas, a história de participação da mulher brasileira é marcada por uma longa trajetória, inicialmente representada em Los Angeles em 1932 pela nadadora brasileira Maria Lenk, sendo a primeira atleta da América Latina a competir nos Jogos Olímpicos. Entretanto, a conquista de medalhas de ouro pelas brasileiras começou somente nos Jogos Olímpicos de 1996, em Atlanta, com as atletas Jacqueline Silva e Sandra Pires no vôlei de praia. Já nas quadras, o basquete ganhou a prata, e o vôlei, o bronze. Em Sidney 2000, as atletas brasileiras conquistaram a prata no vôlei de praia com Adriana Behar e Shelda, e bronze no basquete e no vôlei de praia com Adriana Samuel e Sandra Pires. Nos Jogos de Atenas em 2004 foram duas pratas, com o futebol e o vôlei de praia (Adriana Behar e Shelda).

⁵ Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/noticia/esporte/desfile-de-uniformes-do-atletico-mg-e-acusado-de-machismo>>. Acesso em: 10 abr. 2016.

Em prova individual, em Pequim 2008, a judoca Ketleyn Quadros conquistou a primeira medalha olímpica individual feminina do esporte brasileiro (bronze) e Maurren Maggi, do atletismo, ganhou a primeira de ouro individual. No Taekwondo, medalha de bronze com Natália Falavigna. Na mesma edição, as velejadoras Fernanda Oliveira e Isabel Swan trouxeram para o país a primeira medalha feminina do Brasil na modalidade (COB, 2015). Nos Jogos de 2012 em Londres, Sarah Menezes conquistou o primeiro ouro do judô feminino. No boxe, coube a Adriana Araújo a glória de ganhar a primeira medalha da modalidade (bronze) entre as mulheres, a 100ª na história do país. Já Yane Marques conseguiu a primeira medalha do pentatlo moderno, de bronze (COB, 2015).

Nos Jogos do Rio 2016, as atletas brasileiras possuem chances em várias modalidades, mas também buscam conquistar seu espaço, igualdade de direitos e melhores condições que levem a profissionalização dos esportes por elas praticados. O Comitê Olímpico Brasileiro (COB) lançou em novembro de 2015 uma campanha denominada "Um Time – Uma Nação", que convoca a torcida a vibrar e incentivar os atletas brasileiros nos Jogos Olímpicos do Rio 2016. A campanha foi criada pela Artplan e tem como objetivo mostrar o protagonismo da torcida nos Jogos, reforçando que é com o apoio da torcida que os atletas poderão ir mais longe, ser mais fortes e buscar os melhores resultados durante as Olimpíadas.

A campanha apresenta dez peças publicitárias e um filme, e contempla várias modalidades, como atletismo, ginástica artística, esgrima, basquete, vôlei, vôlei de praia e natação, exaltando a inspiração dos atletas como o apoio dedicado pelo torcedor. Para veiculação da campanha foram utilizadas diversas plataformas de comunicação, que vão desde as redes sociais a mídias impressas e canais de TV fechada, todas realizadas por meio de parcerias com apoiadores do Time Brasil (PROPMARK, 2015). De acordo com Carlos Arthur Nuzman, presidente do COB,

O apoio da torcida ao Time Brasil é fundamental para que nossos atletas tenham os seus melhores desempenhos e, dessa forma, encham os brasileiros de orgulho por ver o nosso país sendo muito bem representado nos Jogos Olímpicos. Esse é o mote que seguimos para essa campanha, o de inspirar o atleta e incentivá-lo a ser mais forte, mais veloz e saltar mais alto. (PROPMARK, 2015).

Até o mês de abril de 2016, a campanha divulgou sete imagens relacionadas aos esportes em que o Brasil tem chances de medalhas, entre eles atletismo, ginástica artística, esgrima, basquete, vôlei, vôlei de praia e natação. As atletas brasileiras são apresentadas em destaque apenas no vôlei de praia e no salto com vara – nas demais modalidades, inclusive em duas com confronto físico (basquete e esgrima), predominam atletas homens. A **Figura 1** apresenta a atleta Larissa França, considerada uma das maiores jogadoras do vôlei de praia na atualidade (foi Campeã mundial em 2011 e conquistou a medalha de bronze nas Olimpíadas de 2012):



Figura 1 – Campanha Time Brasil - Vôlei
Fonte: Disponível em: <<http://www.eusoutimebrasil.com.br/>>

O vôlei de praia é um esporte de alto rendimento, disputado em equipes masculinas e femininas com dois ou quatro atletas. O esporte tornou-se olímpico em 1996, durante os Jogos Olímpicos de Atlanta, com a disputa em duplas. No Brasil, a forma de organização e os resultados

conquistados pelo vôlei de praia, bem como os seus valores, práticas e ideais, caracterizam-no como um esporte da modernidade. No vôlei de praia não há contato físico direto entre os adversários, e os campeonatos normalmente, são realizados em lugares com apelo turístico, o que contribui para o crescimento da modalidade no cenário nacional e internacional, atraindo novos atletas, torcedores, patrocinadores e consequentemente conquistando mais espaços na mídia em geral.

Já a **Figura 2** apresenta Fabiana Murer, do salto com vara, modalidade inserida desde os primeiros Jogos Olímpicos de Atenas em 1896 para os homens e em Sydney 2000 para as mulheres.



Figura 2 – Campanha Time Brasil – Salto com vara

Fonte: Disponível em: <<http://www.eusoutimebrasil.com.br/>>

Os discursos “Eu Subo” e “Ela Salta” fazem uma alusão aos desafios da superação, o que pode remeter às conquistas que marcam a trajetória da mulher na sociedade e nos esportes. Porém por outro lado os esportes retratados nas duas publicidades possuem uma beleza plástica e valorizam a exposição de partes do corpo da mulher. Para Bourdieu (2002, p. 40) “o corpo percebido é duplamente determinado socialmente. Por um lado, ele é, até naquilo que parece mais natural (seu volume, seu talhe, seu peso, sua musculatura etc.), um produto social [...]”. Nesse sentido a publicidade corrobora com as representações sociais da mulher, da feminilidade, associada à delicadeza e beleza representadas naquilo que social e culturalmente se construiu como atributos próprios das mulheres.

Goellner (2003, p. 168) destaca que o corpo da mulher é representando por imagens: “bela, maternal e feminina: imagens

afirmativas que permitem compreender que o corpo da mulher, ao mesmo tempo, que é seu, não lhe pertence”. Ou seja, as imagens retratadas das mulheres atletas colocam-nas sempre como objeto de adoração.

No jornalismo esportivo, nas matérias relacionadas aos esportes praticados por mulheres, a ênfase das notícias, na maioria das vezes, não é sobre o desempenho, treinamento e superação das atletas, mas sobre as roupas usadas, a maquiagem, o cabelo, a beleza das atletas, ou seja, a mulher é sempre apresentada como um objeto de desejo. Recorremos assim mais uma vez a Bourdieu (2002, p. 41):

a dominação masculina, que constitui as mulheres como objetos simbólicos, cujo ser é um ser-percebido, tem por efeito colocá-la em permanente estado de insegurança corporal, ou melhor, de dependência simbólica: elas existem primeiro pelo, e para, o olhar dos outros, ou seja enquanto objetos receptivos, atraentes, disponíveis. Delas se espera que sejam “femininas”, isto é, sorridentes, simpáticas, atenciosas, submissas, discretas, contidas ou até mesmo apagadas.

Assim a publicidade do COB, reforça os esportes que já possuem apelo midiático e não cria oportunidades de divulgação para as modalidades de alto contato físico, como o rúgbi, o futebol e os esportes de luta, por exemplo, nos quais o Brasil pode apresentar um desempenho positivo com as equipes femininas.

Para Alonso (2004), por sua vez,

no mundo dos esportes os ideais de beleza são mais claramente assumidos e ainda que um corpo bonito por si só não garanta bons resultados e desempenhos extraordinários, eles recebem da mídia atenção redobrada, como são as musas do vôlei brasileiro e algumas tenistas internacionais.

No caso do futebol, por exemplo, que é considerado uma paixão nacional, tal prestígio não é transferido ao futebol praticado por mulheres. O preconceito de que futebol é esporte para homem, e ginástica rítmica é “coisa de menina” ainda se manifesta na sociedade. Segundo Bourdieu (2002 p. 42), a prática de esportes pelas mulheres determina uma profunda transformação da experiência subjetiva e objetiva do corpo; ela deixa de existir para o outro e passa a existir para si mesma, muda de corpo passivo e agido em corpo ativo e agente. Porém os homens se reapropriam da nova imagem corporal, e, no mesmo ato de seus corpos, as mulheres são vistas como “não femininas”, levantando-se ainda a

diversos tabus e estigmas sobre sua sexualidade. A seleção brasileira de futebol feminino já foi cinco vezes campeã do mundo, campeã dos Jogos Pan-Americanos de Toronto (2015), Medalha de Prata nas Olimpíadas de Atenas (2004) e de Pequim (2008), e ainda assim as jogadoras enfrentam preconceitos e discriminações, além da falta de estrutura, de incentivos, de profissionalização e dos recursos financeiros, e em especial de valorização das conquistas realizadas pela seleção feminina (GLOBO ESPORTE, 2015). Já o futebol praticado por homens tem um grande apelo publicitário no Brasil, com uma estrutura totalmente profissional, ocupando os maiores espaços no jornalismo esportivo.

Assim como o futebol, há outras diversas modalidades praticadas por mulheres que ainda hoje enfrentam dificuldades de aceitação, já que por muito tempo foram naturalizadas como práticas masculinas – e nem por isso comparecem no discurso oficial do COB. O rúgbi é um desses esportes. Considerado como irmão do futebol, o rúgbi é originalmente um esporte masculino pelas características associadas à modalidade, como força, alto contato e rapidez. A prática esportiva foi excluída dos Jogos Olímpicos há 92 anos, mas em 2016 terá a sua reestreia como modalidade Olímpica no Rio de Janeiro, com torneio feminino e masculino de rúgbi *sevens*. As seleções brasileiras já estão com vagas garantidas. No Brasil o Rúgbi praticado por mulheres, apesar de ainda ser desconhecido por grande parte da população, já possui uma longa trajetória de vitórias. A Seleção Feminina já participou de duas Copas do Mundo de Rúgbi *Sevens* (2009 e 2013), possui 11 títulos sul-americanos invictos e em 2015 conquistou a medalha de Bronze nos Jogos Pan Americanos de Toronto – Canadá. Apesar de todas as conquistas, ainda assim o rúgbi praticado pelas mulheres não possui as mesmas condições de visibilidade, infraestrutura e profissionalismo do que o masculino no Brasil.

Em 2014, a Confederação Brasileira de Rúgbi veiculou dois filmes publicitários denominados “Marido Caprichoso” e “Marido Atencioso”, para divulgar o Bradesco Rugby Sevens Brasil, a terceira etapa fixa do Circuito Mundial de Rúgbi Feminino (Women's Sevens World Series – WSWS), realizada no Brasil. Os filmes utilizavam a comicidade para atrair a atenção, porém a representação construída é que ao praticar uma modalidade que exige mais desenvoltura, contato físico e força, a mulher inverteria os papéis e o estereótipo enraizado na sociedade, com os valores de desigualdades entre aqueles que “dominam” (homens) e os que são “dominados” (mulheres), corroborando a ideia de que o rúgbi

contribuiria para um empoderamento da mulher se a jogadora é vitoriosa e campeã (CAFEO; MARQUES, 2014).

Como pudemos verificar, apesar de as mulheres terem conquistado o direito de participação nas modalidades esportivas de alto contato físico, ainda assim sofrem com os estereótipos. Faltam campanhas e espaços na mídia que valorizem essas modalidades esportivas, que demonstrem as características dos esportes, as jogadas técnicas, habilidade, talento e competência, que levem a despertar o interesse de outras mulheres pela prática esportiva.

Considerações finais

Nesse artigo buscamos refletir sobre as dificuldades enfrentadas pelas mulheres para a conquista do direito às práticas esportivas, em especial nas modalidades de alto contato, relacionando nossa análise com as questões de gêneros e as representações sociais, destacando os desafios e a invisibilidade dessas atletas na mídia. É fato que ainda hoje as modalidades de alto contato físico praticadas por mulheres não são incentivadas nos ambientes escolares e nos espaços públicos.

A mulher atleta carrega também os estereótipos relacionados aos esportes tidos como “masculinos”, ficando evidente a dominação masculina nos espaços esportivos, onde a aparência e a imagem corporal das mulheres levam a julgamentos e comportamentos machistas e sexistas, da mídia e da sociedade em geral.

A beleza física, quando se trata de atletas mulheres, é retratada na mídia como um dos seus maiores atributos em detrimento de seu desempenho, da qualidade técnica, das vitórias e das conquistas das sportistas, reforçando a violência simbólica a que as mulheres estão sujeitas. Por outro lado, as modalidades de alto contato praticadas por mulheres não possuem espaços na mídia e enfrentam dificuldades na busca de patrocínios e de recursos.

A campanha do COB deveria atrair a atenção para diferentes modalidades, inclusive para os esportes de alto contato praticados por mulheres; mas, pelo contrário, reforça os estereótipos de beleza, leveza, graça e feminilidade ao apresentar nas peças publicitárias esportes tidos como “femininos”, valorizando-se ainda seus aspectos estéticos. As modalidades de alto contato praticadas por mulheres, apesar de estarem presentes nos Jogos Olímpicos do Rio de Janeiro de 2016 com a participação de diversas atletas brasileiras, em várias modalidades

esportivas (como o futebol, rúgbi, judô, caratê, basquete, entre outras), continuam buscando reconhecimento e cobertura da mídia.

A Olimpíada do Rio em 2016 mostra-se assim como um espaço de visibilidade e uma oportunidade para combater preconceitos, discutindo as questões sexistas e de gênero que ainda fazem parte do cenário esportivo. É fundamental desmitificar os esportes e questionar a dominação masculina, ressignificando as representações sociais das mulheres presentes na sociedade e no ambiente dos esportes. Para tanto a mídia esportiva precisa fomentar os esportes praticados por mulheres, em especial os de alto contato físico, que por sua natureza são vistos ainda como territórios masculinos. É necessária a quebra de barreiras e de preconceitos, para atrair novas atletas e valorizar as modalidades no Brasil. Além disso, é preciso dar visibilidade para as competidoras e vozes para as mulheres atletas poderem crescer e ocupar espaços no contexto esportivo, e conquistar os direitos de igualdade entre homens e mulheres também nos esportes. O corpo das atletas deve ser respeitado, assim como suas qualidades técnicas e desempenho e talento devem ser valorizados.

Desta forma cabe ao Comitê Olímpico Brasileiro, às Confederações Nacionais e ao jornalismo esportivo a valorização dessas atletas mulheres, pela superação das dificuldades enfrentadas para a prática esportiva, pelo empenho e comprometimento com os treinamentos e desempenho técnico. É preciso que sejam veiculadas mais matérias e formas de publicidade que fomentem as modalidades sem preconceitos e estereótipos.

Como um dos legados das Olimpíadas Rio 2016, espera-se a valorização do esporte no Brasil, em especial das modalidades de alto contato físico praticadas por mulheres, com o crescimento das ligas e campeonatos, o desenvolvimento de times femininos profissionais e de novos públicos nos estádios com a inclusão maior de mulheres e famílias na plateia.

Referências

- ALONSO, L. K. Esporte, imagem corporal e exploração da mídia. In: **FÓRUM DE DEBATES SOBRE MULHER & ESPORTE: Mitos e Verdades**, 3., São Paulo, 2004. *Anais*. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2004, p. 93-97.
- BEAUVOIR, Simone. **O segundo sexo: a experiência vivida**. 2ª Edição. São Paulo: Difusão Europeia do Livro, 1967.

BOURDIEU, Pierre. **A dominação masculina**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002.

CAFEO, Marta Regina Garcia; MARQUES, José Carlos. Mulheres & Esporte: Análise da publicidade do Rúgbi Feminino no Brasil. **Anais do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. São Paulo: Intercom, 2014.

COB, Comitê Olímpico Brasileiro. **Cartilha Mundo Olímpico**. Disponível em:

<<http://www.cob.org.br/Handlers/RecuperaDocumento.ashx?codigo=1193>>. Acesso em: 15 mar. 2015.

DAMATTA, Roberto. et al. **Universo do futebol**: esporte e sociedade brasileira. Rio de Janeiro: Pinakotheke, 1982.

GOELLNER, Silvana Vilodre. **Bela, maternal e feminina** - imagens da mulher na revista Educação Physica. Tese de Doutorado. Faculdade de Educação. UNICAMP, Campinas (SP), 1999.

GOELLNER, Silvana Vilodre. Mulheres e futebol no Brasil: entre sombras e visibilidades. **Revista Brasileira de Educação Física e Esporte**, São Paulo, v.19, n. 2, p.143-151, abr./jun. 2005.

GOELLNER, Silvana Vilodre. Mulheres e esporte: sobre conquistas e desafios. **Revista do Observatório Brasil da Igualdade de Gênero**, Ano II, número 4, Brasília 2012. Disponível em:

<<http://www.ufrgs.br/ceme/arquivos/prodPublicacoes/1367187862-observatorio,%20Mulheres%20e%20esporte.pdf>>. Acesso em: 15 mar. 2016.

GLOBO ESPORTE. O futebol nos Jogos Olímpicos: A forma feminina e as dificuldades da modalidade. Disponível em:

<<http://globoesporte.globo.com/videos/v/o-futebol-nos-jogos-olimpicos-a-forca-feminina-e-as-dificuldades-na-modalidade/4143613/>>. Acesso em: 10 mar. 2016.

KOLNES, L-J. Heterosexuality as an organizing principle in women's sport. **International Review for the Sociology of Sport**, London, v.30, n.1, p.61-77, 1995.

IPEA - Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. **Sistema de Indicadores de Percepção Social**. Disponível em:

<http://ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/SIPS/140327_sips_violencia_mulheres.pdf>. Acesso em: 5 abr. 2016.

JODELET, D. (2001). Representações Sociais: Um domínio em expansão. In: D. Jodelet (Org.). **As Representações Sociais**. Rio de Janeiro: EduERJ, p. 17-44.

LOURO, G. (1995). Gênero, história e educação: *construção e desconstrução*. **Educação & Realidade**, Porto Alegre, v.20, pp.99-108.

MESSNER, M. Sports and male domination: the female athlete as contested ideological terrain. **Sociology of Sports Journal**, Champaign, v. 5, n. 3, p. 197-211, 1988.

MIRAGAYA, A. **A mulher olímpica**: tradição versus inovação na busca pela inclusão. Fórum Olímpico. Rio de Janeiro, p.3, 2002.

MOSCOVICI, Serge. **Representações sociais**: investigações em psicologia social. Tradução Pedrinho A. Guareschi. 5. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007.

PINTO, Céli Regina Jardim. **Uma história do feminismo no Brasil**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2003.

PROPMARK. COB convoca torcida pelo time Brasil. Disponível em: <<http://propmark.com.br/anunciantes/cob-convoca-torcida-pelo-time-brasil>>. Acesso em: 10 mar. 2015.

REVISTA ISTO É. Diga não ao Machismo. Disponível em: <<http://www.istoe2016.com.br/diga-nao-ao-machismo/>>. Acesso em: 03 mar. 2016.

SIMÕES, Antonio Carlos (org). **Mulher & Esporte**: mitos e verdades. Editora Manole Ltda. São Paulo, 2003.

SCOTT, Joan. Gênero: uma Categoria Útil de Análise Histórica. **Educação & Realidade**. Porto Alegre, vol. 20, nº 2, jul./dez, p. 71-99, 1995.

TURINI, Marcio; DaCOSTA Lamartine. **Coletânea de textos em estudos olímpicos**. Rio de Janeiro: Editora Gama Filho, 2002. Disponível em: <[http://www.uel.br/projetos/cenesp/livros/estolimpicos/Texto%20\(Volume%201\).pdf](http://www.uel.br/projetos/cenesp/livros/estolimpicos/Texto%20(Volume%201).pdf)>. Acesso em: 8 maio 2015.

