

ANÁLISE DE PORTAIS DE NOTÍCIAS E A COBERTURA DA COPA DO MUNDO FEMININA DE 2015

Gabriela Lohana de Melo; Luiza Cabral Macedo; Soraya Maria Bernardino Barreto Januário (Orientadora).

Este projeto de extensão propõe a observação e leitura crítica da Mídia em relações as representações sociais de gênero na mídia noticiosa e publicidade no Estado de Pernambuco. A análise será feita a fim de se obter informações e embasamento teórico sobre a importância da análise e leitura crítica (REBOUÇAS e CUNHA, 2010) dos objetos midiáticos. O intuito do projeto de extensão é buscar desenvolver análises focadas nos discursos e identificação das representações de gênero produzidas nos/pelos meios de comunicação, seja em uma perspectiva da replicação hegemônica ou da ruptura com os estereótipos e modelos dominantes de gênero. Os estudos buscam refletir sobre os aspectos culturais da construção do masculino e do feminino, sendo a mídia o espaço em que se processam significados e se produzem as identidades culturais, para além de um dispositivo pedagógico (LOURO, 2008).

Um dos recortes observados e monitorados no observatório é o âmbito dos Esportes na mídia, o presente trabalho se apropria dessa questão e tem como objetivo principal analisar a cobertura realizada pelos portais de notícias pernambucanos sobre a Copa do Mundo de Futebol Feminino realizada no ano de 2015 no Canadá e como as características de gênero podem interferir na forma de divulgação das notícias. O futebol foi naturalizado em estruturas associadas à construção da masculinidade e da virilidade (BARRETO JANUÁRIO, 2015). E ao entendermos que 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) e com outros homens, delimitando espaços e papéis ditos sociais (BEAUVOIR, 1980). E por esses fatores, as características impostas ao feminino estiveram tão distantes de arenas esportivas como a do futebol. Delimitar certos ambientes como impróprios para as mulheres são claros mecanismos de disciplina, coerção e poder (GOELLNER, 2003).

Fizemos uma pesquisa pautada na reverberação e visibilidade dessa categoria na mídia e como se deram as notícias nesses canais. Para análise do corpus, foram selecionados os seguintes portais online: G1, NE10, FOLHA DE PERNAMBUCO, LEIA JÁ e PERNAMBUCO.COM. Vale ressaltar, que alguns desses portais nos redirecionavam para sua página específica sobre esportes. Na pesquisa o recorte temporal foi um mês, seis de junho a cinco de julho de 2015, período do evento, e que estivessem ligadas direta ou indiretamente ao evento ou ao futebol feminino. A metodologia utilizada durante todo o trabalho foi o estudo de caso descritivo e interpretativo (YIN, 2001), por meio da análise quantitativa dos discursos, que visava verificar a presença e participação da Copa do Mundo de Futebol Feminino na mídia e como este assunto era representado nos meios de comunicação. Além disso, a análise qualitativa se ocupou na observação do teor dos discursos descritos pelos respectivos portais online a respeito do campeonato. Como resultados, emergiram padrões de representação e discursos. Como resultado, foram encontradas cinco categorias elencadas a partir da leitura e análise das matérias. Foram elas: notícias padrão, notícias “Marta e Cia”, notícias de destaque positivo, notícias de desvalorização do gênero feminino e outras. Dessa forma, foi possível observar após a conclusão do projeto experimental que ainda há uma grande defasagem de informação e pouca importância é dada ao futebol feminino em comparação ao futebol masculino. Foram encontradas poucas matérias relacionadas ao

tema e muitas de forma superficial, deixando clara a falta de comprometimento dos portais com a cobertura de eventos femininos, mesmo tendo grande importância no cenário esportivo mundial. A Copa do Mundo de Futebol Feminino está longe de ter a transmissão necessária na mídia para que a população, no mínimo, tome conhecimento que o campeonato está acontecendo e como está seu andamento jogo a jogo, como reflexo disso as matérias encontradas em sites acabam sendo muito breves e muitas vezes não dão a atenção devida ao assunto, tornando a seleção feminina de futebol desconhecida dentro do Brasil que contraditoriamente é conhecido como “país do futebol”.

Palavras-chave: futebol feminino; gênero; mídia pernambucana

Referências:

- BEAUVOIR, Simone. *O segundo sexo*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1980
- BARRETO JANUÁRIO, Soraya. Modos de Ver: a (in)visibilidade feminina enquanto profissional do esporte. *XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom* (São Paulo), Rio de Janeiro (2015). Disponível em <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/resumos/R10-1055-1.pdf>>, acesso em 10 set 2016.
- GOELLNER, Silvana. Bela, maternal e feminina: imagens da mulher. *Revista Educação Physica*. Ijuí: Editora UNIJUÍ, 2003.
- LOURO, Guacira Lopes. Gênero e sexualidade: pedagogias contemporâneas. *Pro-Posições [online]*. 2008, vol.19, n.2, pp.17-23.
- REBOUÇAS, E.; CUNHA, P. Observatórios de mídia como instrumentos para (da) democracia. *RECHS – Revista Eletrônica de Comunicação, Informação e Inovação em Saúde*, v.4, n.4, p.85-93, 2010.
- YIN, Robert. *Estudo de caso - planejamento e métodos*. São Paulo: Bookman, 2001. 2ed.

