

EDUCAÇÃO FÍSICA

CESAR SETTE ROSTIROLA

**A MÍDIA E O ESPORTE: UMA ABORDAGEM
SOBRE O BASQUETEBOL FEMININO NO
BRASIL**



Rio Claro
2016

CESAR SETTE ROSTIROLA

A MÍDIA E O ESPORTE: UMA ABORDAGEM SOBRE O
BASQUETEBOL FEMININO NO BRASIL

Orientador: Afonso Antonio Machado

Co-orientador: Ivan Wallan Tertuliano

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao Instituto de Biociências da
Universidade Estadual Paulista “Júlio de
Mesquita Filho” - Câmpus de Rio Claro, para
obtenção do grau de bacharel em Educação
Física.

Rio Claro
2016

796.323 Rostirola, Cesar Sette
R839m A mídia e o esporte : uma abordagem sobre o basquetebol
feminino no Brasil / Cesar Sette Rostirola. - Rio Claro, 2016
32 f. : il., gráfs.

Trabalho de conclusão de curso (bacharelado - Educação
física) - Universidade Estadual Paulista, Instituto de
Biotecnologia de Rio Claro

Orientador: Afonso Antonio Machado
Coorientadora: Ivan Wallan Tertuliano

1. Basquetebol. 2. Mídia. 3. Esporte. I. Título.

RESUMO

O basquetebol surgiu em 1891, na cidade de Springfield, no estado de Massachussets, Estados Unidos, como uma alternativa para a prática de atividade física escolar durante o inverno local. Desde sua criação, a modalidade foi ganhando popularidade, atingindo seu ápice em 1936 com a inclusão da modalidade nos Jogos Olímpicos de Berlim. O esporte foi se popularizando, e com isso a modalidade se desenvolveu, tornando-se um dos esportes mais praticados e assistidos em todo mundo, seus jogos são transmitidos em todo o mundo, seja dos Jogos Olímpicos, Campeonatos Mundiais, Campeonatos Nacionais ou até mesmo Ligas Internacionais. Além dessa relação entre Esporte e Mídia, pode-se acrescentar outro componente a essa discussão, a questão da cobertura dada pela a mídia com relação ao sexo, visto que é comum observar que o esporte feminino não recebe das mídias o mesmo tratamento dado às modalidades masculinas. O objetivo desse estudo foi levantar uma fundamentação teórica, a relação entre a mídia, o sexo e o esporte e de maneira específica, investigar o basquetebol feminino e sua aparição na mídia, especificamente em *sites* esportivos na internet. Foi realizado um referencial teórico, que abordou temas relacionados à mídia, ao sexo e ao esporte, visando compreender suas relações. Além disso, um processo de identificação e análise quantitativa do basquetebol feminino na mídia brasileira, exclusivamente nesse caso em três sites esportivos de grande alcance no Brasil. Evidenciou-se que a mídia exerce relação de reciprocidade com esporte, relação moldada por interesses lucrativos. No caso da relação entre mídia e esporte feminino ficou evidente que as mulheres aparecem em menor quantidade na mídia e quando aparecem recebem tratamento diferente aos concebidos para os homens. Por fim, de maneira específica conclui-se que ao analisar as notícias publicadas durante uma semana em três sites esportivos, apenas 8,05% delas abrangem conteúdo relacionado diretamente ao basquetebol feminino.

Palavras chave: Mídia; Basquetebol; Esporte; Basquetebol Feminino.

ABSTRACT

Basketball came in 1891 in the city of Springfield in the state of Massachusetts, USA, as an alternative to the practice of school physical activity during local winter. Since its creation, the sport was gaining popularity, reaching its peak in 1936 with the inclusion of the sport in the Berlin Olympic Games. The sport became popular, and this mode was developed, becoming one of the most practiced and watched sports in the world, their games are broadcast around the world, is the Olympic Games, World Championships, National Championships or even International Leagues. In addition to this relationship between sport and media, can add another component to this discussion, the issue of coverage given by the media about sex, since it is common to observe that women's sports do not receive the media the same treatment modalities male. The aim of this study was to raise a theoretical basis, the relationship between the media, sex and sport and specific manner, investigate the women's basketball and its appearance in the media, specifically on sports websites. a theoretical framework, which addressed issues related to the media, sex and sport, to understand their relationship was made. In addition, a process of identification and quantitative analysis of women's basketball in the Brazilian media, only in this case in three sports sites reaching in Brazil. It was evident that the media exerts reciprocal relationship with sport, relationship shaped by lucrative interests. In the case of the relationship between media and women's sports it was evident that women appear in smaller quantities in the media and when they appear to receive different treatment designed for men. Finally, in a specific way it is concluded that when analyzing the news published for a week in three sports websites, only 8.05% of them include related content directly to women's basketball.

Keywords: Media; Basketball; Sport; Women's Basketball.

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1: Quantidade de notícias encontradas no <i>site</i> Globo Esporte.....	21
GRÁFICO 2: Quantidade de notícias encontradas no site ESPN.....	21
GRÁFICO 3: Quantidade de notícias encontradas no site UOL esporte.....	22
GRÁFICO 4: Total de notícias encontradas.....	22
GRÁFICO 5: Porcentagem de notícias analisadas.....	23

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	6
2. JUSTIFICATIVA.....	8
3. OBJETIVOS.....	9
3.1. <i>Objetivo geral</i>	9
3.2. <i>Objetivo específico</i>	9
4. MATERIAIS E MÉTODOS.....	10
5. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	11
5.1. <i>Mídia e o Esporte moderno</i>	11
5.2. <i>Mídia e o Esporte feminino</i>	14
6. PROCEDIMENTOS.....	20
7. RESULTADOS.....	21
8. DISCUSSÃO.....	24
9. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	27
10. REFERÊNCIAS.....	29

1. INTRODUÇÃO

O basquetebol surgiu em 1891, na cidade de Springfield, no estado de Massachussets, Estados Unidos, como uma alternativa para a prática de atividade física escolar durante o rigoroso inverno local. Com isso coube ao professor canadense James Naismith, pensar em algum tipo de jogo sem violência que estimulasse seus alunos durante o inverno, mas também pudesse ser praticado no verão em áreas abertas. Conseqüentemente, criou uma modalidade que seria disputa em espaço indoor, tendo como principal característica acertar o alvo fixo que ficou denominado de cesta (CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE BASKETBALL, 2016).

Desde sua criação, a modalidade foi ganhando popularidade, atingindo seu ápice em 1936 com a inclusão da modalidade nos Jogos Olímpicos de Berlim. Sabe-se que atualmente, o esporte é um dos mais populares, sendo praticado por mais de 300 milhões de pessoas no mundo inteiro, nos mais de 170 países filiados à FIBA-Federação Internacional de Basquetebol.

O esporte foi se popularizando, e com isso a modalidade se desenvolveu, tornando-se um dos esportes mais praticados e assistidos em todo mundo. Seus jogos são transmitidos para todo o mundo, seja dos Jogos Olímpicos, Campeonatos Mundiais, Campeonatos Nacionais ou até mesmo Ligas Internacionais, como a NBA (National Basketball Association). Além dessa relação entre Esporte e Mídia, pode-se acrescentar outro componente a essa discussão, que seria a questão da cobertura dada pela a mídia com relação ao sexo, visto que é comum observar que o esporte feminino não recebe das mídias o mesmo tratamento dado às modalidades masculinas (MARTINS; MORAES, 2007). Isto vai de encontro com as afirmações de Mourão e Morel (2005), onde citam que o esporte, através da mídia, é predominantemente branco e masculino.

Entre as modalidades esportivas existentes no Brasil, organizadas e difundidas por suas respectivas confederações, o presente trabalho buscou abordar o Basquetebol feminino no Brasil e sua aparição na mídia. Vale salientar que o Basquetebol feminino brasileiro teve seu auge nos anos 90, onde em caráter de alto rendimento conquistou através da seleção brasileira

títulos internacionais de grande expressão, tais como: Medalha de ouro nos Jogos Pan-americanos de Havana 1991; medalha de ouro no Campeonato Mundial feminino em 1994; medalha de prata nos Jogos Olímpicos de Atenas em 1996 e medalha de bronze nos Jogos Olímpicos de Sidney em 2000.

Porém, a partir dos anos 2000, a seleção brasileira feminina de basquetebol começou a sofrer certa decadência nos resultados em campeonatos importantes e isso se estendeu até os dias atuais. Isso se torna evidente visto que a Seleção feminina igualou sua pior colocação em um Campeonato Mundial, ao terminar na 12^a colocação no último Mundial realizado na Turquia em 2014; 9^o lugar nos Jogos Olímpicos de Londres em 2012 e atualmente ocupa a modesta 7^a colocação no ranking mundial organizado pela FIBA.

Diante deste cenário do basquetebol feminino brasileiro, o presente trabalho visou abordar o quanto o esporte feminino está presente na mídia, de que forma ele está inserido e se a modalidade é abordada pela mídia brasileira.

2. JUSTIFICATIVA

A justificativa é dada pelo fato de que o trabalho apresentou argumentos que se baseiem além do caráter científico, mas também de razões culturais e sociais que leva a mídia de maneira geral a não tratar o basquetebol feminino com igualdade perante o masculino, o que talvez possa modelar a cultura midiática brasileira, estabelecendo um padrão interessante para o entendimento dos meios de comunicação em massa, auxiliando na diminuição da alienação da sociedade perante as mídias de maneira geral. Consequentemente auxiliar profissionais de Educação Física a compreender essa dinâmica midiática e levar ao seu cotidiano conhecimento e reflexões acerca do assunto tratado.

3 OBJETIVOS

3.1 Objetivo geral

O objetivo geral desse estudo foi investigar, por meio de uma fundamentação teórica, a relação entre a mídia, o sexo e o esporte.

3.2 Objetivo específico

E o objetivo específico, foi verificar a aparição do basquetebol feminino na mídia esportiva digital.

4. MÉTODO

Para alcançar os objetivos supracitados foram realizadas duas etapas. Primeiramente uma revisão dos principais estudos acerca do assunto. Sendo assim, este trabalho trata-se de uma pesquisa analítica (THOMAS; NELSON; SILVERMAN, 2012), também conhecida como bibliografia (SEVERINO, 2007), ou seja, envolveu o estudo e aprofundamento das informações disponíveis. Neste contexto, o trabalho foi conduzido a partir de registros disponíveis e decorrentes de trabalhos científicos anteriores, documentados por meio de livros, revistas científicas, monografias, teses e dissertações. A busca foi realizada por meio dos seguintes buscadores: Google acadêmico, Periódicos Capes e *Scielo*. A busca se deu por meio dos termos Mídia; Basquetebol; Esporte; Basquetebol Feminino; *media*; *basketball*; *sport*; *woman's basketball*. Esses buscadores foram escolhidos, pois apresentam uma dinâmica de interação mais adequada para o propósito do presente trabalho. Eles condensam periódicos e trabalho de impacto.

Na segunda etapa, foi realizada uma pesquisa documental de caráter quantitativo, com a finalidade de analisar a aparição do basquete feminino na mídia esportiva brasileira. Ludke e André (1986) explicam que a análise documental busca identificar informações factuais nos documentos a partir de questões e hipóteses de interesse. A pesquisa documental caracteriza-se pela busca de informações em documentos que não receberam nenhum tratamento científico, como relatórios, reportagens de jornais, revistas, sites, cartas, filmes, gravações, fotografias, entre outras matérias de divulgação (OLIVEIRA, 2007).

Portanto, segundo Sá-Silva, Almeida e Guindani (2009, p. 4): “a pesquisa documental é um procedimento que se utiliza de métodos e técnicas para a apreensão, compreensão e análise de documentos dos mais variados tipos”. Neste caso, foram escolhidos três *sites* populares de notícias esportivas: Globo Esporte; ESPN e UOL Esportes com o objetivo de quantificar as notícias publicadas sobre Basquetebol feminino nos respectivos sites. Deste modo, analisaram-se de maneira quantitativa, as notícias relacionadas ao basquetebol feminino. Determinou-se averiguar as notícias publicadas durante uma semana (sete dias).

5. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

5.1 Mídia e o Esporte moderno

Primeiramente é importante discorrer aqui sobre o surgimento do esporte moderno e como este se tornou um fenômeno sociocultural, marcado pelos grandes eventos, onde muito dinheiro é envolvido e que atrai milhões de telespectadores em todo o planeta.

É difícil mensurar de forma exata quando a prática esportiva surgiu de fato, visto as evidências que o jogo sempre esteve presente nas antigas civilizações. Porém sabe-se que as práticas da Antiguidade, marcadas como práticas de sobrevivência (caçar e lutar); jogos espontâneos (brincadeiras); jogos religiosos passaram por inúmeras adaptações e reformulações e deram origem ao que hoje chamamos de Esporte Moderno (HUIZINGA, 1990).

O esporte moderno surge mais precisamente entre os séculos XVIII e XIX. Neste contexto o esporte moderno é marcado pelas mudanças sociais ocorridas principalmente após a Revolução Industrial do século XIX. Na Inglaterra do século XVIII, a Revolução Industrial estabeleceu a diferenciação entre as classes e com isso passou a exigir certa regularidade na conduta dos indivíduos, especialmente nas classes “altas”. Neste período, muitos dos jogos praticados pela Europa eram bastante violentos. Como as classes altas começaram a adotar um comportamento regrado na conduta individual e a adquirir novos hábitos sensíveis a qualquer tipo de violência, passou-se a estabelecer “restrições civilizadoras” a determinados jogos para que pudessem ser praticados sem ferir tais parâmetros distintivos (SOBRINHO, 1999).

Além da presença das regras, que fizeram os jogos da época perder seu caráter lúdico e ganhar uma estrutura mais organizada, Garrido (1999) cita que a Europa vivia as práticas ginásticas de cunho nacionalista e militar, a fim de atender interesses à reabilitação de enfermos e à saúde física da população, desenvolveram-se naquela época exercícios físicos sistematizados (ginástica) onde eram utilizados equipamentos, emprego de estatísticas e prescrição de treinamentos. Logo surgiriam os chamados grêmios (clubes) e competições de ginástica entre regiões.

Sobrinho (1999) cita também que o ressurgimento dos Jogos Olímpicos em 1896, foi um grande marco para a consolidação do esporte moderno. Nesta primeira edição dos Jogos Olímpicos da Era Moderna, teve a participação de 285 atletas, representando 13 países; onde foram disputadas as modalidades: atletismo, ciclismo, esgrima, ginástica olímpica, levantamento de peso, luta greco-romana, natação, tênis e tiro.

Ao compreender o surgimento do esporte moderno, pode-se a partir de então relacionar o fenômeno esporte com a mídia. Essa relação aqui no Brasil teve início na década de 1930, marcada pelas transmissões de partidas de futebol através do rádio (GARRIDO, 1999). Desde então, com o surgimento da televisão e outros meios de comunicação, o esporte torna-se um produto, consolidando-se no final do século XX como uma mercadoria globalizada (PADEIRO, 2015).

Reforçando essa constatação, Camargo (1998, p.131) afirma que “o esporte no século XX passa por uma transformação importante. É assimilado pelas massas e apreciado como espetáculo, através das imagens veiculadas pela televisão”. A autora destaca também que “o esporte é um fenômeno produzido com as mais altas tecnologias, criando a beleza do gesto técnico, buscando a imagem espetacular e tornando-se também um grande negócio, econômico e ideológico” (p.131). Nessa lógica, Leite (2008, p. 1) discorre:

“A mídia atua na formação e disseminação da visão do esporte que é passada atualmente para a sociedade: o esporte como espetáculo, como possibilidade de ascensão socioeconômica (entenda-se melhoria da qualidade financeira e status social), como mercadoria e consumo”.

Condizente com essa realidade, Betti (2002) divide a relação da mídia com o esporte em cinco tópicos: Ênfase na falação esportiva, Monocultura esportiva, Sobrevalorização da forma em relação ao conteúdo, Superficialidade e Prevalência dos interesses econômicos. Em relação à Ênfase na falação esportiva, o autor descreve que a mídia informa e atualiza: quem vai jogar, os resultados das partidas, lances polêmicos, melhores jogadas, gol, ultrapassagens, crítica à arbitragem, faz elogios e em alguns momentos fala a respeito da vida pessoal dos atletas.

Quanto a Monocultura esportiva, o autor argumenta que no Brasil, os programas esportivos e as transmissões ao vivo dos grandes eventos são evidentemente ligadas ao futebol. Isso se deve ao fato de que as empresas perceberam nessa modalidade esportiva uma maior relação custo-benefício para a publicidade.

Sobre a Sobrevalorização da forma em relação ao conteúdo, Betti (2002, p. 2) afirma:

“o esporte telespetáculo tende a valorizar a forma em relação ao conteúdo. Isso decorre do fato do discurso televisivo fazer uso privilegiado da linguagem audiovisual, combinando imagem, som (música, por exemplo) e palavra, com ênfase na primeira. As possibilidades do audiovisual são levadas cada vez mais adiante, em decorrência dos avanços tecnológicos associados à informática (minicâmaras, closes, slow-motion, recursos gráficos etc.). Mas também nas mídias impressas (jornal, revista), as imagens vêm ganhando espaço em relação à palavra – são fotos, gráficos e outros recursos produzidos com sofisticação e qualidade cada vez maiores por conta dos avanços da informática/computação”.

Sobre a espetacularização do esporte, o autor expõe que a mídia busca conquistar o telespectador pela emoção ao invés da razão. A Superficialidade compreende a mídia esportiva como cultura do efêmero, do breve, do descontínuo e que as mídias impressas, como revistas e jornais interagem com as mídias televisivas, onde através destas temos uma continuidade e aprofundamento das notícias transmitidas na TV.

Betti (2002) compactua sobre a Prevalência dos interesses econômicos onde cita que a mídia atende aos seus interesses econômicos pautados pela audiência. Deste modo acaba mantendo um círculo vicioso: os produtores pressupõem o que o público quer, e só lhe oferecem isso, logo, não podem saber se o público deseja outra coisa. Pode-se exemplificar no Brasil o caso do futebol, suas transmissões ao vivo e os diversos programas futebolísticos.

Cabe ressaltar que atualmente não é mais a mídia que se adapta ao esporte, mas sim, o esporte que precisa se adaptar à mídia. Contextualizando essa afirmação podemos citar que os horários dos jogos são determinados em função da mídia; ou as reformulações nas regras que algumas modalidades tiveram que fazer para se adequar a dinâmica midiática (LEITE, 2008).

Deste modo, sabe-se que a cultura como um todo e o fenômeno esportivo tendem a um processo contínuo de globalização crescente e não mais abdicam da participação da mídia na sua produção, difusão ou transformação. Sendo assim, o esporte e a mídia estão compreendidos numa relação de reciprocidade. Esta relação de reciprocidade interfere diretamente na maneira como o esporte é transmitido pelas mídias e principalmente à maneira com que o esporte é absorvido e interpretado pela população em geral (DOS SANTOS; MEDEIROS, 2009).

5.2 Mídia e o Esporte feminino

Quando se trata de esporte feminino, na maioria das vezes, a mulher é geralmente desvalorizada quando comparada com os homens. Vemos isso principalmente quando se trata do número de matérias encontradas em jornais, revistas ou sites esportivos, que além do número de noticiais a respeito dos homens serem bem maiores, vemos também que o conteúdo dessas notícias é diferenciado, muitas vezes exaltando o homem e depreciando a mulher (MARTINS; MORAES, 2007).

A questão em jogo não é apenas o desempenho, pois quando se fala da mulher, os veículos de comunicação acabam por valorizar outras questões que não apenas o desempenho esportivo. É comum em veículos de imprensa, aparecerem notícias relacionadas à beleza de atletas, onde em alguns casos algumas até carregam a alcunha de musas.

Massimino (2012, p. 12), diz que um dos problemas encontrados nessa relação entre homem/mulher/esporte/mídia é a comparação. Segundo a autora, “as barreiras impostas à mulher trazem uma comparação do rendimento entre homens e mulheres, injusta”. A mídia então, na tentativa de aproximação do esporte por meio da publicidade, obteve pouco êxito ao tentar comparar a performance da mulher a do homem, o que acaba por tornar o jogo feminino pouco atrativo, justamente por dotar de menos agressividade e intensidade. Segundo a autora, falando do futebol feminino, por exemplo, as principais atletas da geração 1980/1990 apresentavam perfis ‘masculinizados’

conflitantes aos interesses das empresas patrocinadoras, que buscavam realçar o estilo delicado da mulher.

Nesse sentido, Januario et al. (2000), diz que as matérias que fazem parte desse tipo, trazem expressões e textos que de certo modo acabam por inferiorizar as mulheres. As matérias que fazem parte dessa categoria trazem textos, falas ou expressões que, de um modo acabam por inferiorizar a figura feminina ligando ela muitas vezes a aspectos de beleza e graciosidade, utilizando até fotos sensualizadas, reforçando um ideal sexista e construções sociais que já são conhecidas, objetivando a mulher no seu aspecto sexual.

Essas matérias que valorizam esse lado sensualizado acabam por vezes vendendo muito, justamente por esse tema ser atraente para o público em geral. São comuns na mídia notícias do tipo: Nadadora mostra boa forma curtindo férias de biquíni na praia, jogadora da seleção feminina de futebol mostra tatuagem em lugar inusitado, jogadora de tênis dos EUA faz ensaio para revista, etc. Nota-se que a temática das matérias é diferente daquela explorada para os homens.

Durante um torneio de atletismo Junior em 2012, teve uma notícia bastante veiculada na mídia, que foi a de um aquecimento supostamente sensual executada por uma corredora australiana (UOL, 2016). Pode-se perceber que se não fosse por esse fato ocorrido, raramente ela iria ser reconhecida, já que ela não ganhou nenhuma medalha. Fato é que ela foi muito mais comentada que a vencedora de sua prova. Apesar de notícias desse cunho não serem exclusividade do sexo feminino, elas acontecem com mais frequência e numa intensidade maior.

Essas notícias na verdade, reproduzem aquilo que a sociedade se alimenta. Como vivemos em uma sociedade onde a sexualidade é tida também como um produto, é claro que essas notícias vendem bastante.

Nesse sentido, buscando alternativas para mudar esse tipo de cenário, percebemos que além de ter de aumentar a visibilidade da figura feminina no esporte também é necessário mudar o foco das notícias e matérias abordadas, justamente o que Souza e Knijnik (2007) mostram, dizendo que essa maior abordagem não é suficiente, sendo necessário modificar essa maneira como são retratadas, de maneira banalizada.

Essa banalização, segundo os autores, acontece pelo fato de que a cobertura dada ao esporte feminino representa uma negação dos seus poderes atléticos, o que acaba por minimizar a importância do papel das mulheres no esporte em comparação com o esporte praticado pelos homens. Ou seja, há de haver uma mudança de mentalidade também, para que a valorização seja a mesma e as atitudes se modifiquem. Nesse sentido, vê-se que essa banalização pode ser alterada:

a condição do esporte como um locus de masculinidade se altera à medida que aumentam a autoconfiança, a assertividade e a independência das mulheres no âmbito de seu habitus e de seu poder. Em termos organizacionais, à medida que elas ingressavam no esporte, tais experiências concorreram para questionar as ideias e instituições tradicionais de preponderância masculina. Para tentar combater a ideia do esporte como reduto exclusivamente masculino, as mulheres, nos EUA, receberam suporte de alguns homens influentes. James Naismith, por exemplo, que inventou o basquete, em 1891, como um esporte de inverno para os jogadores de futebol, proclamou o basquete como um esporte ideal para mulheres. DUNNING, 1999 apud CIDADE; ROCHA, 2004, p. 3.

Visualizado essa realidade, percebemos que esse problema não se restringe apenas ao esporte, mas é uma reprodução dos valores sociais aceitos atualmente, então o esporte acaba se tornando apenas uma reprodução dos padrões existentes. O pessimismo a respeito desse tema vem justamente porque é muito mais difícil mudar os padrões sociais do que o esporte. Mas acredita-se que o esporte pode ser uma ferramenta também para uma mudança social.

Sobre a relação entre gênero, mídia, esporte e sociedade temos uma visão interessante a seguir:

Feminino e masculino ocupam espaços diferenciados em termos de poder. A associação naturalizada homem/masculino e mulher/feminino não deixam escolhas. O domínio do masculino é o público, o político e nele se inserem princípios de força, racionalidade, atividade, objetividade. O domínio do feminino é o privado, o doméstico ao qual se conjugam fragilidade, emoção, passividade, subjetividade. Essa distinção é acentuada com a naturalização dos seres humanos. Os homens seriam, por natureza, mais corajosos, mais violentos, mais racionais; já as mulheres, por natureza, estariam mais

propensas ao choro, à histeria, ao amor. E assim, baseados em critérios naturais, nasceram as atividades ligadas ao sexo: esportes masculinos e esportes femininos. GONÇALVES. 1998 apud SOUZA; KNIJNIK, 2007, p. 39.

Observando esse contexto, é nítido que existe uma diferenciação e até mesmo uma divisão dos esportes, onde alguns são considerados mais masculinos, como o futebol e outros mais femininos como o voleibol. E essa “divisão” reproduzida pela mídia acaba se refletindo até nas escolas, onde é comum nas aulas de educação física os meninos jogarem futebol de um lado da quadra e as meninas jogarem voleibol do outro.

O fato de o futebol ser o esporte com maior visibilidade no Brasil é um fator que contribuiu para essa maior visibilidade do homem, porque na prática do futebol há uma grande predominância nos homens, se comparado a outras modalidades como voleibol, basquetebol, handebol. O problema é que essas outras modalidades não têm a mesma visibilidade no futebol nem quando são os homens que praticam.

O esporte é outro tema onde as mulheres não apresentam uma só aparição nas capas como protagonistas. É de alguma forma compreensível para um país que possui o futebol como esporte preferido das massas, que os homens tenham uma representatividade mais ampla que as mulheres. Porém, em esportes como o basquete e o voleibol, as mulheres tiveram consideráveis destaques em competições internacionais. A completa inexistência de capas focando as diferentes modalidades de esportes sem que uma só esteja dedicada à mulher abre espaço para uma reflexão sobre as causas. HELLER; CARDOSO, 2003 apud RODRIGUES; SARDINHA, 2015, p. 6.

Voltando à mídia, percebemos que a maior participação dos homens em relação às mulheres não se restringe apenas à prática do esporte de fato, mas também nos outros ambientes que o cercam, como por exemplo, os programas esportivos, a arbitragem, os repórteres etc. É difícil imaginar um cenário onde numa transmissão de futebol, por exemplo, uma mulher narre o jogo que é comentado por outra mulher.

Segundo Rodrigues e Sardinha (2015), a mulher começou a estar presente no jornalismo esportivo a partir de meados da década de 1970, o que

é recente, assim como em outras áreas do mercado de trabalho. Essa inserção feminina no cenário do jornalismo esportivo é considerada uma quebra de tabu, que vem desde a participação feminina nos esportes. Segundo os autores, muitas barreiras tiveram que ser quebradas até que se aceitasse melhor a participação das mulheres no esporte, que durante muito tempo foi amplamente dominado pelo sexo masculino.

Fato é que hoje observamos a presença da mulher em programas de televisão. É evidente que a comparação ainda é desleal, se compararmos com a quantidade de homens que ocupam essas funções, mas Rodrigues e Sardinha (2015) observam que essa participação feminina é predominante apenas na televisão e geralmente na função de apresentadora:

Para Rodrigues e Sardinha, o marco da inserção da mulher no jornalismo esportivo se deu a partir da evidência que a mulher ganhou nos programas esportivos do país. Para os autores, essa inserção tem o intuito de quebrar o modelo tradicional, fazendo com que as mulheres assumam uma posição de destaque no meio esportivo televisivo, porém, encontrando ainda muita resistência em outros meios como o rádio e jornal, nas funções de comentarista e repórter. (RODRIGUES; SARDINHA, 2015)

Na televisão aberta, temos as seguintes apresentadoras de destaque no cenário nacional:

- Renata Fan - Rede Bandeirantes
- Mylena Ciribelli – Rede Record
- Glenda Kozlowski – Rede Globo
- Flávia Noronha – RedeTV
- Danielle Monteiro- Rede Globo
- Criss Dias - Rede Globo
- Fernanda Gentil – Rede Globo
- Paloma Tocci – Rede Bandeirantes

Apesar desse espaço que foi conquistado pelas mulheres ao longo de todo esse período de construção da figura feminina no esporte, seja com atletas ou profissionais da mídia, a participação feminina representa apenas

“uma das faces do discurso sobre as relações de gênero que se espelha no esporte”. (RUBIO; SIMÕES, 1999, p. 155). Sendo ela uma parte de um todo, que representa todas as relações de gênero presente na sociedade, que são transportadas também para esse universo chamado esporte.

Mesmo que a presença da mulher tenha aumentado significativamente, principalmente a partir da década de 1970, como vimos anteriormente, servindo como uma referencia para liberdade e igualdade, não se pode chegar à conclusão de que tal movimento no esporte tenha contribuído de maneira revolucionária na derrubada de estereótipos de feminilidade (RUBIO; SIMÕES, 1999). O que se vê é que a imagem da figura feminina inserida no esporte ainda é vista com outros olhos se comparada à figura masculina.

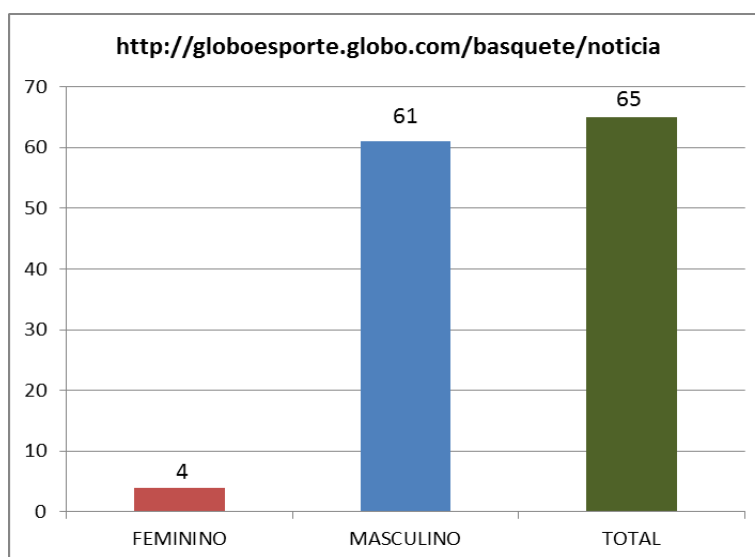
6. PROCEDIMENTOS

Como proposto nesse trabalho e com base na fundamentação teórica exposta anteriormente, o presente estudo tem como parte do seu objetivo investigar a aparição do basquetebol feminino nas mídias esportivas do Brasil. Sendo a *internet* uma das mídias mais utilizadas da atualidade e uma expressiva ferramenta das Tecnologias de Informação e Comunicação (MIRANDA, 2007), decidiu-se analisar a presença que o basquetebol feminino teve em 3 *sites* esportivos populares no Brasil ao longo de uma semana. A análise teve início no dia 26 de agosto de 2016 e término no dia 03 de setembro de 2016. Os *sites* investigados foram o Globo Esporte: globoesporte.globo.com, ESPN: espn.uol.com.br e UOL Esporte: esporte.uol.com.br. Dentro de cada *site*, foram analisadas as notícias postadas na aba referente ao basquetebol.

7. RESULTADOS

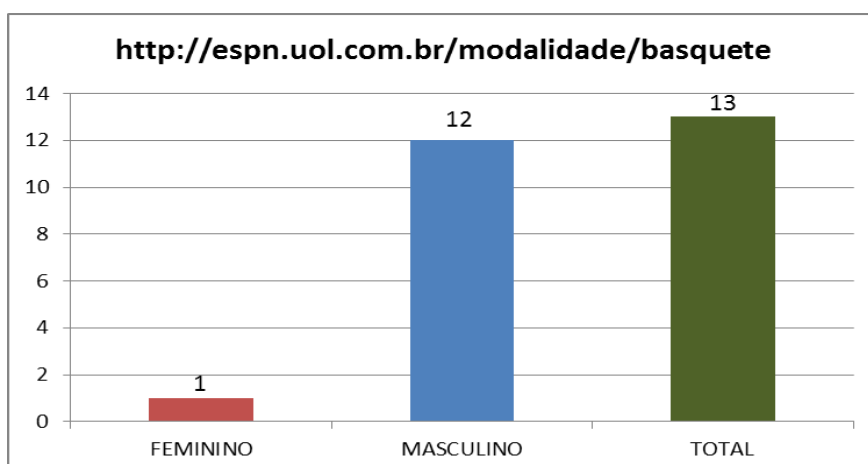
A análise quantitativa foi realizada por meio das notícias analisadas postadas sobre basquetebol nos *sites* citados. Analisando primeiramente o *site* GLOBO ESPORTE, foi possível identificar um total de sessenta e cinco notícias, sendo quatro relacionadas ao basquetebol feminino e 61 (sessenta e uma) relacionadas ao basquetebol masculino, conforme gráfico 1:

Gráfico 1 - Quantidade de notícias encontradas no *site* Globo Esporte.



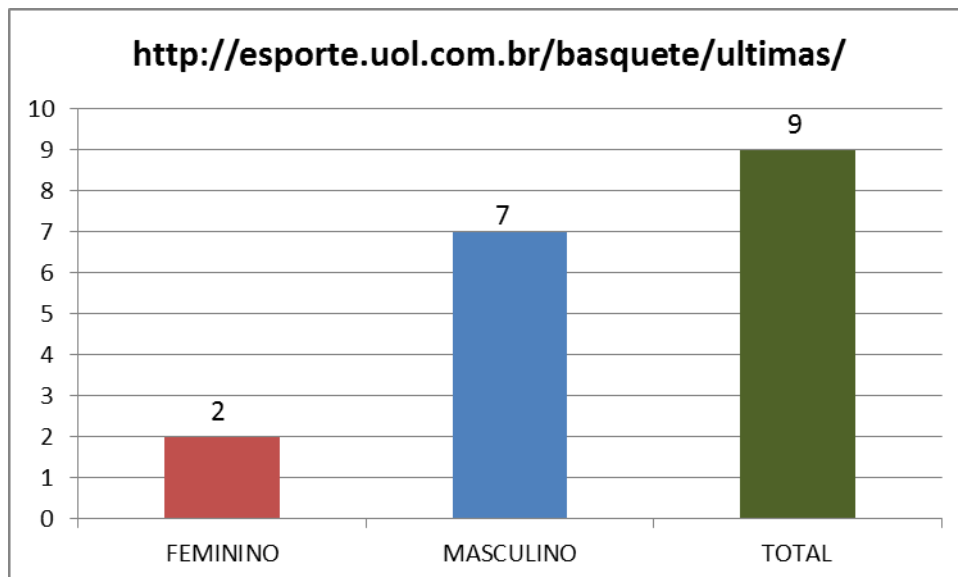
Analisando o *site* ESPN, foi possível identificar um total de treze notícias referente ao basquetebol, onde apenas uma era referente ao basquetebol feminino e doze referentes ao basquetebol masculino, conforme gráfico 2:

Gráfico 2 - Quantidade de notícias encontradas no *site* ESPN.



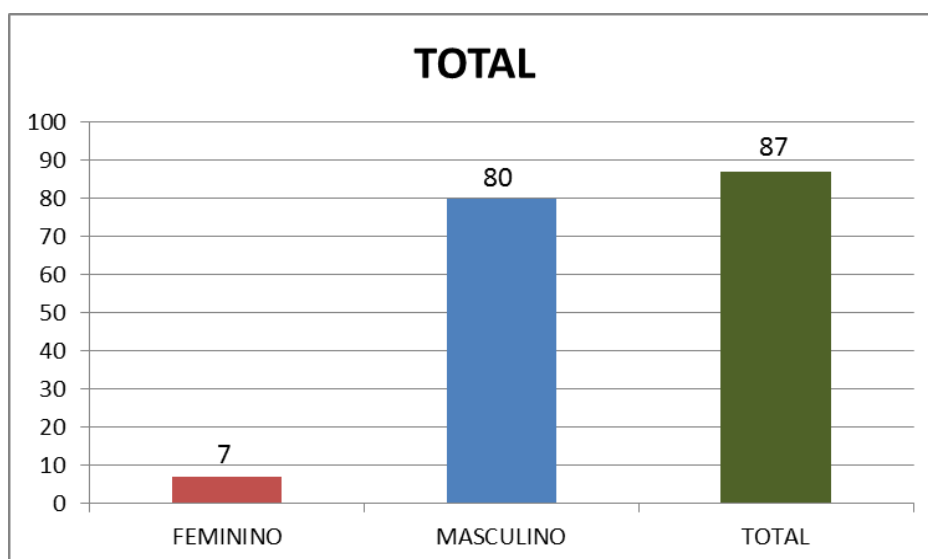
Por fim, ao analisar o *site* UOL ESPORTE foram encontradas um total de nove notícias, das quais duas estavam relacionadas ao basquetebol feminino e sete relacionadas ao basquetebol masculino, conforme gráfico 3:

Gráfico 3 - Quantidade de notícias encontradas no site UOL Esporte.



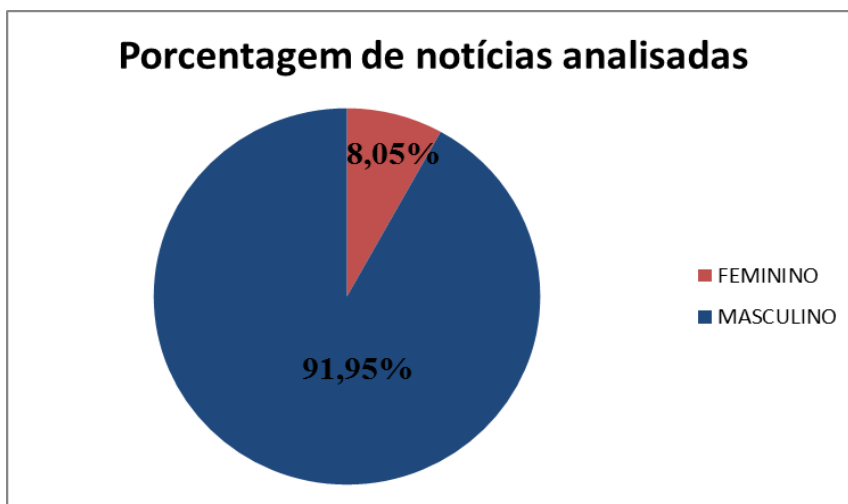
De maneira geral foram analisadas oitenta e sete notícias entre os dias 26 de agosto de 2016 até 03 de setembro de 2016. Dessas, sete abordavam o basquetebol feminino e oitenta abordavam o basquetebol masculino, como podemos ver melhor no gráfico a seguir:

Gráfico 4 - Total de notícias encontradas.



Fazendo-se uma análise relativa, temos que oitenta e sete notícias correspondem a cem por cento (%) do total averiguado. Logo, as notícias de carácter feminino correspondem a 8,05% das notícias analisadas. Como ilustrado no gráfico 5:

Gráfico 5 - Porcentagem de notícias analisadas.



8. DISCUSSÃO

Entre as sete notícias encontradas, quatro delas estavam relacionadas com o fracasso da seleção feminina de basquetebol nos Jogos Olímpicos do Rio 2016. O que mostra que mais da metade das reportagens estavam ligadas com a cobertura oriunda dos Jogos Olímpicos. Dessas quatro notícias, uma foi postada no site Globo Esporte; uma no site ESPN e outras duas no site UOL Esporte. Consequentemente gera uma reflexão, que talvez, sem a realização dos Jogos Olímpicos, o número de notícias postadas sobre basquetebol feminino poderia ser ainda menor.

Das outras notícias publicas, três estavam relacionadas com a Liga de Basquete Feminino (LBF), especificamente com os times do Maranhão Basquete, Sampaio Basquete e Corinthians; todas publicadas no site Globo Esporte. Esse baixo número de notícias publicadas sobre a Liga de Basquete Feminino pode ser reflexo da pequena quantidade de equipes que disputam a LBF; onde na temporada 2015/2016 teve a participação de apenas seis equipes. Esse número mostra uma enorme disparidade quando comparado com as notícias postadas referentes ao Novo Basquete Brasil (NBB); principal competição nacional de basquetebol masculino. Na temporada 2015/2016 o NBB contou com a participação de 15 equipes e também teve jogos transmitidos em TV aberta.

Além do NBB, o Campeonato Paulista, organizado pela Federação Paulista de Basketball ganhou destaque nas notícias publicadas nos sites. Isso se deve ao fato de que durante o período analisado o Campeonato Paulista de Basquete estava em andamento e contava com a participação de oito equipes que também disputam o NBB, estando entre elas: Bauru, Franca, Mogi, Rio Claro, São José, Liga Sorocabana, Pinheiros e Paulistano. Além das notícias pautadas no NBB e no Campeonato Paulista, entre as 80 notícias averiguadas sobre o basquetebol masculino, também foram encontradas reportagens que abordaram o desempenho da seleção brasileira masculina de basquetebol nos Jogos Olímpicos Rio 2016.

Ao discutir os resultados alcançados, é possível salientar vários aspectos relacionados à baixa aparição das mulheres nos noticiários esportivos. Um deles remete ao processo histórico. Sabe-se que historicamente as mulheres não tiveram a mesma participação no esporte do que os homens; isso ficou evidente desde o esporte na Grécia Antiga, onde as mulheres não podiam participar e nem assistir às competições. O veto estava no primeiro item do regulamento Olímpico, que proibia a participação delas em qualquer modalidade. Já na Idade Média, essa proibição também existiu, porém sob influência da Igreja (VALDUGA; FILHO, 2011). A ausência das mulheres no ambiente esportivo na Grécia antiga é justificada por Oliveira, Cherem e Tubino (2008) em função do físico feminino que era considerado mais sensível que o masculino e porque as mulheres eram consideradas cidadãs, conseqüentemente não guerreavam como os homens.

A inserção das mulheres no meio esportivo começou lentamente, e foi a partir do Renascimento que elas começaram a praticar algumas modalidades. De forma concreta, a participação do sexo feminino nos esportes de alto rendimento ocorreu nos Jogos Olímpicos de 1900 em Paris, o segundo da Era Moderna. A partir desse marco, a participação das mulheres cresceu de forma contínua (VALDUGA; FILHO, 2011). Para Goellner (2005), foi somente nas primeiras décadas do século XX que a participação feminina se solidificou e elas ocuparam a área esportiva, seja no lazer, na educação escolar ou na competição. No basquetebol esse cenário não é diferente, visto que o basquetebol masculino esteve presente nos Jogos Olímpicos desde a edição de Berlin – 1936. E as mulheres estrearam quarenta anos depois, somente nos Jogos Olímpicos de 1976 em Montreal (CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE BASKETBALL, 2016).

Logo, podemos discutir essa desigualdade em um olhar histórico que se reflete na cobertura midiática. Moreira e Silva (2008) cita que o esporte é um fenômeno midiático, que transmite seus interesses, seus ideais, conceitos, comportamentos influenciados por um processo histórico, cultural e social. Deste modo, não podemos abrir mão da histórica para compreender a mídia nos dias atuais.

Outros estudos se preocuparam em investigar a aparição das mulheres nas mídias esportivas, Souza e Knijnik (2007) analisaram 2125 reportagens no jornal Folha de São Paulo entre os meses de agosto a setembro de 2002 e fevereiro a abril de 2003. O estudo apresentou significativa disparidade na cobertura que o jornal forneceu entre mulheres e homens no esporte. Os esportes praticados por mulheres receberam, durante o período analisado, uma cobertura bem inferior do que aqueles praticados por homens.

Entre agosto e setembro de 2002 o esporte praticado por homens recebeu 85,16% do total da cobertura, contra somente 11,49% para as mulheres. Essa porcentagem se assemelha com a encontrada no presente trabalho. 91,95% dedicadas ao basquetebol masculino e apenas 8,05% ao basquetebol feminino. O maior diário da mídia impressa nacional, em sua sessão de esportes no período observado, fez 93 matérias sobre o esporte para mulheres, e 689 reportagens sobre o esporte masculino, concretizando uma diferença de aproximadamente 700%. No mês de fevereiro/2003, a diferença foi maior: os homens receberam 88,4% da cobertura e as mulheres apenas 4,04%.

Essa diferença na cobertura se manteve em março daquele ano, onde os homens receberam 87,95% do total de reportagens e as mulheres apenas 4,68%. Além da quantidade de reportagens publicadas, Souza e Knijnik (2007) analisou o tamanho das notícias e foi verificado que nos meses analisados a média do número de palavras em cada reportagem foi maior para os homens do que para as mulheres.

Sanfelice, Araujo e Silva (2014) analisaram as matérias do jornal ABC Domingo; sendo este um jornal produzido no Rio Grande do Sul, do Grupo Editorial Sinos. Os periódicos publicados pelo Grupo superaram a tiragem de 63.500 mil exemplares por dia. A análise teve a intenção de verificar o espaço que é concedido às mulheres. O estudo apontou que em 31 edições do jornal, somente 12 delas apresentou alguma reportagem retratando a prática feminina no esporte. Isso equivale a 38,7% do total das edições observadas, logo, percebeu-se que o espaço destinado a notícias de esporte feminino é menos da metade do ocupado pelo masculino.

Martins e Moraes (2007) analisou durante três meses de 2004 a quantidade de espaço reservado ao futebol feminino na mídia impressa, em dois dos jornais de maior circulação no Brasil (Folha de São Paulo - FOLHA e O Estado de São Paulo - ESTADO). O estudo relatou que durante o mês de maio de 2004, o jornal Estado não apresentou nenhuma reportagem por relativo ao futebol feminino e a Folha incluiu apenas duas aparições, sendo uma fotografia da seleção feminina norte-americana com um texto de duas linhas e uma coluna com o título “O tedioso futebol feminino”.

Durante o segundo mês de análise foi constatado apenas uma fotografia e uma nota, registradas na Folha e apenas uma coluna foi registrada no Estado. O último mês mostrou um aumento no número de notícias relacionadas ao futebol feminino, esse aumento foi decorrente dos Jogos Olímpicos de Atenas em 2004. Além desses estudos citados, outros autores também se dispuseram a investigar essa disparidade entre o esporte masculino e o esporte feminino na vida, como por exemplo: Toohey 1997 apud Souza e Knijnik (2007) onde mostrou que na Austrália, o esporte praticado por mulheres recebeu 4,2% de cobertura em jornais, e apenas 2% na cobertura televisiva; Urquhart e Crossman 1999 apud Souza e Knijnik (2007) investigaram essa diferença de cobertura midiática no Canadá.

De maneira geral, é possível perceber que a diferença do foco midiático entre os sexos não é exclusividade do Brasil e nem do basquetebol feminino, e conforme os estudos relatados essa discrepância se prolonga para outros veículos de mídia, como jornal e TV, observou-se também em outras modalidades e também em outros países.

9. CONSIDERAÇÕES FINAIS

De maneira específica, buscou-se nesse estudo, analisar a aparição do basquetebol feminino na *internet*, exclusivamente em três *sites* esportivos de grande alcance no Brasil. Tal análise foi realizada durante um período de sete dias. Além disso, o presente trabalho em sua fundamentação teórica traz duas reflexões: uma a cerca da relação mídia e esporte moderno, e outra que relaciona a mídia ao esporte feminino.

Esta revisão expõe uma relação de reciprocidade entre mídia e esporte, de modo que após o surgimento dos meios de comunicação o esporte tornou-se um produto da mídia. Essa relação é pautada nos interesses, sejam eles propagandas, *marketing*, audiência etc. A partir do final do século XX, o esporte ganhou através da mídia um conceito de espetáculo. Essa espetacularização criada pelos meios de comunicação busca conquistar os telespectadores pela emoção, contida nos efeitos audiovisuais, superproduções e todo o charme que os grandes eventos podem proporcionar.

Ao revisar sobre a mídia e o esporte feminino, foi possível evidenciar que as mulheres aparecem na mídia, em sua maioria, pelo apelo sexual, deixando de lado muitas vezes o desempenho esportivo das mulheres. Foi possível salientar também que não é só no esporte que as mulheres não têm o mesmo espaço que os homens, como por exemplo, no próprio jornalismo esportivo, onde apenas a partir da década de 70 as mulheres começaram a ganhar espaço.

Conclui-se em um viés quantitativo, que entre todas as notícias publicadas sobre basquetebol, apenas 8,05% eram relacionadas ao basquetebol feminino.

Portanto esse trabalho traz uma evidência interligada com a fundamentação teórica realizada, e também com outros estudos realizados, mostrando a desigualdade da cobertura midiática, de modo que o esporte feminino é retratado de maneira inferior ao esporte masculino.

O trabalho teve como fator limitante a quantidade de sites analisados, visto a enorme quantidade de sites de notícias que encontramos na *internet*. O estudo contribui para a reflexão na desigualdade entre os sexos, não só no

esporte como concomitantemente na sociedade. Além disso, o trabalho instiga novos estudos, em meios de comunicação, como o *facebook*, *twitter* e outros meios de informação em evidencia.

10. REFERÊNCIAS

BETTI, Mauro. Esporte na mídia ou esporte da mídia?. **Motrivivência**, Florianópolis, n. 17, jan. 2002.

CIDADE, Ruth Eugênia; FERREIRA, Maria Beatriz Rocha. **A Mulher e o esporte**: o processo civilizador e o envolvimento feminino nos esportes. In: 8 SIMPÓSIO PROCESSO CIVILIZADOR, HISTÓRIA E EDUCAÇÃO, 2004, João Pessoa. Simpósio Processo civilizador, História e Educação, 2004.

CAMARGO, Vera Regina Toledo. **O Telejornalismo e o Esporte Espetáculo**. Tese de Doutorado. Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 1998.

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE BASKETBALL. **A História Oficial do Basquete**. Disponível em: <<http://www.cbb.com.br/PortalCBB/OBasquete/HistoriaOficial>>, Acesso em: 27 mar. 2016.

DOS SANTOS, Doiara Silva; MEDEIROS, Ana Gabriela Alves. O discurso midiático e as representações sociais do esporte: O atleta como modelo de comportamento. **Pensar a Prática**, [S.l.], v. 12, n. 3, nov. 2009.

GARRIDO, Fernando Antonio Cardoso. **Tendências da cultura esportiva no Rio de Janeiro**: uma análise da mídia e das práticas de esporte. 1999. 198f.. Dissertação (Mestrado em Educação Física) - Universidade Gama Filho, Rio de Janeiro, 1999.

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

HUIZINGA, Johan. **Homo Ludens**. São Paulo: Perspectiva, 1990

JANUÁRIO, Soraya Barreto. VELOSO, Ana María Da Conceição; CARDOSO, Laís Cristine Ferreira. Mulher, Mídia e Esportes: **A Copa do Mundo de futebol feminino sob a ótica dos portais de notícias pernambucanos**. Universidade Federal de Pernambuco. Revista Epitc, v. 18, n. 1, 2016.

LEITE, Werlayne Stuart Soares. Ilusão em massa: o papel da mídia no esporte. **Efdeportes**, Buenos Aires, v. 123, n. 13, p.1-8, ago. 2008.

LÜDKE, Menga; ANDRÉ, Marli Elisa Dalmazo Afonso. **Pesquisa em educação**: abordagens qualitativas. São Paulo, EPU, 1986.

MARTINS, Leonardo Tavares; MORAES, Laura. O FUTEBOL FEMININO E SUA INSERÇÃO NA MÍDIA: A DIFERENÇA QUE FAZ UMA MEDALHA DE

PRATA. **Pensar a Prática**, [S.l.], v. 10, n. 1, p. 69-82, dez. 2014. ISSN 1980-6183. Disponível em: <<http://www.revistas.ufg.br/index.php/fef/article/view/33360>>. Acesso em: 14 out. 2015.

MASSIMINO, Isadora Contini. **Futebol feminino na mídia impressa**. Universidade Estadual de Campinas. Faculdade de Ciências Aplicadas, 2012, Limeira.

MIRANDA, Guilhermina Lobato. **Limites e possibilidades das TIC na educação**. Sísifo. Revista de Ciências da Educação (Unidade de I&D de Ciências da Educação da Universidade de Lisboa), nº 03, maio/agosto 2007. pp. 41-50. Disponível em: <<http://sisifo.fpce.ul.pt>>. Acesso em 15 jul. 2016.

MOREIRA, Anália de Jesus; SILVA Maria Cecília de Paula. O futebol é feminino. O 'Jogo', masculino: 'um pouco' da trajetória das mulheres baianas no processo de valorização do esporte. **EFDeportes.com, Revista Digital**. Buenos Aires, Ano 13 - Nº 124 – Set. 2008. Disponível em: <<http://www.efdeportes.com/efd124/o-futebol-e-feminino-o-jogo-masculino.htm>>. Acesso em 22 set. 2016.

MOURÃO, Ludmila; MOREL, Marcia. As narrativas sobre o futebol feminino: o discurso da mídia impressa em campo. **Revista Brasileira de Ciências do Esporte**, Campinas, v. 26, n. 2, p. 9-20, 2005.

OLIVEIRA, Gilberto. CHEREM, Eduardo. H. L. TUBINO, Manoel José Gomes. A inserção histórica da mulher no esporte. **Rev. bras. Ciência e Mov.** 2008.

OLIVEIRA, Maria Marly. **Como fazer pesquisa qualitativa**. Petrópolis, Vozes, 2007.

PADEIRO, Carlos Henrique de Souza. A Espetacularização do Esporte e o Entretenimento no Jornalismo Esportivo: uma análise do Globo Esporte (TV). In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUDESTE, 20., 2015, Uberlândia. **DT 6 – Interfaces Comunicacionais**. Uberlândia: Intercom, 2015. v. 20, p. 1 - 13. Disponível em: <www.portalintercom.org.br>. Acesso em: 03 set. 2016.

RODRIGUES, Karina; SARDINHA, Antonio Carlos. **Abordagem histórica sobre trajetória das mulheres no jornalismo esportivo amapaense**. In: XIV CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO NORTE, Manaus. 2015.

RUBIO, Katia; SIMÕES, Antonio Carlos. De espectadoras a protagonistas: a conquista do espaço esportivo pelas mulheres. **Revista Movimento**, Porto Alegre, v. 5, n.11, p. 50-56, 1999.

SÁ-SILVA, Jackson Ronie; ALMEIDA, Cristovão Domingos; GUINDANI, Joel Felipe. Pesquisa documental: pistas teóricas e metodológicas. **Revista**

Brasileira de História & Ciências Sociais, São Leopoldo, Rs, v. 1, n. 1, p.1-15, 16 jun. 2009. Disponível em: <www.rbhcs.com>. Acesso em: 31 ago. 2016.

SANFELICE, Gustavo Roesse; ARAUJO, Denise Castilhos de; SILVA, Melissa Pinheiro Machado da. Qual o espaço destinado na mídia impressa para a divulgação da prática esportiva feminina? **Efdeportes.com, Revista Digital**, Buenos Aires, v. 18, n. 189, p.1-3, fev. 2014. Disponível em: <<http://www.efdeportes.com/efd189/a-divulgacao-da-pratica-esportiva-feminina.htm>>. Acesso em: 22 set. 2016.

SEVERINO, A. J. Metodologia do Trabalho Científico. 23. ed. São Paulo: Cortez, 2007.

SOBRINHO, David Cintra. O importante é... Breves considerações sobre aspectos das relações entre mídia e esporte. XXVII CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO; 2004; Porto Alegre, BR. São Paulo: **Intercom**; 2004. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/75440349957597230095317192130503520236.pdf>>. Acesso em 19 ago. 2016.

SOUZA, Juliana Sturmer Soares; KNIJNIK, Jorge Dorfman. A mulher invisível:: gênero e esporte em um dos maiores jornais diários do Brasil. **Rev. Bras. Educ. Fis. Esp**, São Paulo, v. 1, n. 21, p.35-48, mar. 2007.

THOMAS, Jerry R.; NELSON, Jack K.; SILVERMAN, Stephen. J. **Métodos de Pesquisa em Atividade Física**. 6. ed. Porto Alegre: ArtMed, 2012.

VALDUGA, Camila; FILHO, Antonio Guilherme Schmitz. Recordes Midiáticos: o universo feminino na cultura esportiva brasileira. **EFDeportes.com, Revista Digital**. Buenos Aires, Ano 16 - N° 161 – Out. 2011. Disponível em: <<http://www.efdeportes.com/efd161/o-universo-feminino-na-cultura-esportiva.htm>>. Acesso em 22 set. 2016.