Economia Política da Comunicação, Patriarcado e Futebóis: Revisão de literatura para estudar jogos ao vivo do Campeonato Alagoano de Futebol de Mulheres[1]

Anderson David Gomes dos Santos[2]
Pedro Cavalcante[3]
Universidade Federal de Alagoas - UFAL

RESUMO
A cobertura esportiva insatisfatória da prática do futebol de mulheres é tema de distintas pesquisas nas humanidades. A vertente da Economia Política da Comunicação que estuda gênero se desenvolve nos últimos 10 anos, justificando o estudo do potencial de um programa como o futebol ao vivo em meio às desigualdades da sociedade patriarcar capitalista. O presente texto debate arevisão de literatura de projeto de iniciação científica queanalisa o padrão tecnoestético da transmissão de jogos do Campeonato Alagoano de futebol de mulheres (2021-2024). Para o que interessa aos estudos da Economia Política da Comunicação, trata-se de um histórico de precária espacialização midiática das competições, oriunda das raízes patriarcais do capitalismo, resultando na baixa mercantilização da modalidade.
PALAVRAS-CHAVE: Futebol de mulheres; comunicação; patriarcado.

CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Ostentando o título de "país do futebol", o Brasil, historicamente, tem construído a prática do esporte como um campo dominado pela figura masculina. Entretanto, o futebol de mulheres esteve presente neste trajeto, mesmo enfrentando proibições legais, preconceitos sociais e os mais diversos obstáculos.

Um dos empecilhos que limitam a popularização da prática do futebol de mulheres, como destacado por Bolaño *et al*. (2022), é a relação de codependência entre Patriarcado e o sistema de produção capitalista. Nesta ligação, ambos precisam que a

[1] Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho GTNE12 - Economia Política da Comunicação, evento integrante da programação do 25º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 26 a 28 de junho de 2025.
[2] Professor da Unidade Educacional Santana do Ipanema da Universidade Federal de Alagoas (Ufal). Doutor em Comunicação pela Universidade de Brasília. Presidente da SOCICOM (Federação Brasileira de Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação). Coordenador do projeto de iniciação científica (Pibic-UFAL 2024-2025) "Os problemas da espacialização do futebol de mulheres no Brasil: Análise exploratória da cobertura midiática do Campeonato Alagoano (2021-2024)". E-mail: anderson.gomes@santana.ufal.br.
[3] Discente do curso de Ciências Contábeis da Unidade Educacional Santana do Ipanema da Universidade Federal de Alagoas (Ufal) e bolsista CNPq do projeto de iniciação científica (Pibic-UFAL 2024-2025) "Os problemas da espacialização do futebol de mulheres no Brasil: Análise exploratória da cobertura midiática do Campeonato Alagoano (2021-2024)". E-mail: pedro.cavalcante@arapiraca.ufal.br.

mulher assuma estritamente papeis sociais voltados para o consumo, abdicando seu valor de produção, para a manutenção do sistema.

É nesse contexto que entra o futebol de mulheres, "uma das distintas facetas do esporte" (Peixoto, Rosa, Ribeiro e Souza, 2023) se posicionando como ferramenta disruptiva enquanto movimento que insere mulheres num contexto predeterminado pelo sistema patriarcal como masculino.

À luz disso, este texto, que é parte de pesquisa de iniciação científica desenvolvida na Universidade Federal de Alagoas (Pibic-UFAL 2024-2025) com bolsa do CNPq, seguindo o plano de trabalho "Espacialização dos jogos ao vivo do Campeonato Alagoano de futebol de mulheres (2021- 2024)", tem como objetivo debater a fundamentação teórica lida e discutida para a análise do padrão tecnoestético da transmissão de jogos do Campeonato Alagoano de futebol de mulheres (2021-2024).

Mobiliza-se aqui a Economia Política da Comunicação de vertente brasileira, a partir de Bolaño (2000), no seu diálogo interpretativo sobre o patriarcado (Bolaño *et al.*, 2022) para ter ferramentas para intercruzar com a discussão das limitações estruturais históricas e de espacialização do futebol de mulheres no Brasil a partir de Goellner (2021) e Peixoto *et al.* (2023). Por fim, para tratar de um caso de um estado do Brasil, considera-se ainda Santos *et al.* (2024) enquanto modelo metodológico de análise de padrão tecnoestético, mas também para tratar das desigualdades socioeconômicas regionais.

INDÚSTRIA CULTURAL E A PERSPECTIVA CRÍTICA SOBRE GÊNERO

A base teórico-metodológica do projeto de pesquisa toma como base os estudos da Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura (EPC) a partir da sua vertente brasileira desenvolvida desde a Universidade Federal de Sergipe (UFS) por César Bolaño e outras pessoas de sua rede.

Em seu clássico *Indústria Cultural: Informação e Capitalismo*, Bolaño (2000) parte do método dialético para examinar criticamente o papel da publicidade e dos meios de comunicação de massa dentro do capitalismo monopolista. A publicidade é uma função relevante da Indústria Cultural e também para a aceleração da circulação das mercadorias, de maneira que, conforme o autor demonstra, as campanhas publicitárias passaram a influenciar diretamente os processos produtivos, determinando o que seria

fabricado conforme as diretrizes dos setores de vendas e publicidade. Isso altera os custos produtivos socialmente necessários e a própria natureza dos bens e serviços disponíveis no mercado.

Além disso, a obra destaca neste ínterim como a publicidade e a Indústria cultural moldam hábitos de consumo, aceleram o processo produtivo e mantêm a circulação do capital. Para o nosso caso em análise, a compreensão de como estes aspectos funcionam podem nos ajudar a entender aspectos centrais sobre como os princípios econômicos e mercadológicos se aplicam à cobertura midiática do futebol de mulheres.

A interdependência entre produção, comercialização, publicidade e consumo é elemento-chave para a sustentabilidade financeira e o crescimento da modalidade. E isso não vai ocorrer de forma isolada historicamente, mas dentro de processos contraditórios que demarcam a desigualdade de gênero em meio às disputas de classe no capitalismo.

Bolaño *et al.* (2022) incorporam a teoria feminista marxista para explorar a interseção entre patriarcado e capitalismo, focando na posição da mulher na divisão do trabalho.

Segundo os autores, mesmo inseridas no mercado formal, as mulheres seguem pressionadas a exercer funções de cuidado, acumulando uma jornada dupla de trabalho, marcada pela desvalorização das tarefas domésticas sob uma lógica patriarcal e capitalista.

A argumentação se desenvolve por meio da análise de momentos históricos, como a Revolução Industrial e o pós-Segunda Guerra Mundial, quando a força de trabalho feminina foi incorporada por necessidade e posteriormente descartada. Esse movimento evidencia a relação entre patriarcado e capitalismo, na qual o papel da mulher oscila entre produtora e cuidadora conforme as necessidades econômicas.

Além da exploração econômica, discute-se ainda a construção simbólica do feminino a partir de aspectos como: emotividade, sensibilidade e irracionalidade. Enquanto isso, os homens são associados à racionalidade e à produtividade (Bolaño *et al.*, 2022).

No esporte, especialmente no futebol, essas ideias foram e seguem usadas para narrativas que tentam justificar a exclusão feminina e reforçar a masculinização do espaço esportivo. Algo que prejudicou a modalidade por décadas, inclusive, com proibição de sua prática, como passamos a discutir a seguir.

Trazendo a análise de Goellner (2021) acerca da trajetória do futebol de mulheres no Brasil, marcada por resistência diante de obstáculos históricos e sociais, vê-se a prática feminina tratada como exótica e inapropriada, sustentada por argumentos biológicos e sociais que não se confirmam cientificamente, mas que reforçavam a exclusão.

Segundo a autoria, na década de 1930, discursos sobre a "perda da essência feminina" vinculavam comportamentos modernos a uma suposta masculinização das mulheres. No futebol, isso se manifesta na linguagem, pois o próprio termo "futebol" remete automaticamente ao masculino, sendo necessário especificar "feminino" para incluir as mulheres. Ou, melhor ainda, "de mulheres", termo que transpõe o estigma de que a modalidade deve incorporar aquelas características ligadas ao gênero feminino já apresentadas.

Goellner (2021) explica que o machismo na forma de tratar do corpo das mulheres chegou ao ponto de a modalidade, de 1941 a 1979, ser proibida de ser praticada no Brasil. Cabendo apenas a resistência e a persistência de jogadoras para traçar caminhos alternativos, como a prática em circos.

Nos anos 1980, com a redemocratização, a modalidade começou a recuperar espaço, ganhando apoio de figuras públicas e a devida regulamentação para novas competições – ainda que a passos muito lentos. Apesar disso, enfrentou novos desafios, como a pressão por resultados imediatos, que quase levou à extinção dos campeonatos pela CBF após a primeira Copa do Mundo feminina, em 1991 (Goellner, 2021). Ainda assim, conquistas como medalhas olímpicas e em Copas do Mundo FIFA, além de craques como Sissi e Marta, mostraram o potencial da modalidade.

TRANSMISSÕES ESPORTIVAS E DESIGUALDADES DE GÊNERO

Parte do objetivo geral do plano de trabalho da iniciação científica trata da análise do padrão tecnoestético da transmissão do Campeonato Alagoano de futebol de mulheres. Esta categoria analítica acompanha os estudos de EPC desde o princípio, sendo utilizada especialmente para a análise do audiviosual, por representar barreira à entrada de outras agentes em busca da liderança em distintos setores deste tipo de Indústria Cultural.

A partir da obra de Bolaño (2000), já citada, trata-se de

> [...] uma configuração de técnicas, de formas estéticas, de estratégias, de determinações estruturais, que definem as normas de produção

> cultural historicamente determinadas de uma empresa ou de um produtor cultural particular para quem esse padrão é fonte de barreiras à entrada [...] (BOLAÑO, 2000, p. 235).

Nesse contexto, Santos *et al.* (2024) realizarm um estudo de caso sobre a transmissão do campeonato masculino de futebol de Alagoas. A pesquisa reafirma neste caso que quando as expectativas do público não são atendidas quanto ao modelo de transmissão, há uma tendência de rejeitar determinas exibições, que se apresentam como alternativas por terem menos qualidade.

A falta de investimentos compromete a construção de identidade de torneios e clubes (locais), em detrimento ao modelo hegemônico construído a partir da indústria de transmissão esportiva no Brasil, concentrada nos estados mais ricos, como São Paulo e Rio de Janeiro, e na perspectiva do gênero masculino, o que perpetua desigualdades (regionais).

No caso do futebol de mulheres, os desafios são ainda maiores. A valorização da modalidade depende de esforços conjuntos para superar barreiras técnicas, simbólicas e mercadológicas. Se o padrão técnico-estético, conforme Bolaño (2000), é fundamental para a reputação e identidade midiática das transmissões, portanto, influencia diretamente a equidade na espacialização esportiva.

Ainda que sob a perspectiva dos estudos culturais, Peixoto *et al.* (2023) analisam a transmissão de partidas de futebol de mulheres, destacando relações de poder e gênero nesse contexto. A pesquisa examinou cinco jogos do campeonato brasileiro transmitidos pelo YouTube, identificando três aspectos principais: a transmissão como espaço pedagógico, a comparação entre futebol masculino e feminino e a valorização do futebol jogado por mulheres.

O primeiro ponto enfatiza a interação entre narradores, comentaristas e espectadores no chat, que contribuem para a construção de discursos que educam e reforçam normas culturais sobre o esporte. A comparação entre o futebol masculino e feminino, embora por vezes tenha como objetivo valorizar as mulheres, acaba reforçando a ideia de que o futebol é um espaço predominantemente masculino. Comentários analisados revelam a naturalização dessa associação, frequentemente diminuindo a qualidade do futebol de mulheres ou tratando-o como exceção.

O estudo destaca também a desvalorização das mulheres por meio de discursos que questionam sua competência, como a recorrente afirmação de que "mulheres não

sabem o que é impedimento". Essa visão evidencia um pensamento machista que exclui as mulheres não apenas do jogo, mas da compreensão e análise do esporte.

Por outro lado, o artigo observa avanços, como a maior visibilidade das jogadoras e a exibição das partidas. Ainda assim, há obstáculos, como o patrocínio de marcas cujos interesses comerciais nem sempre condizem com a promoção da igualdade de gênero. Ou seja, o futebol de mulheres segue em processo de ressignificação, buscando consolidar seu espaço sem depender da comparação com o masculino.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A história do futebol de mulheres no Brasil é marcada por resistência contínua em busca de reconhecimento e igualdade. Enquanto propulsor de diversos programas e produtos culturais, a indústria infocomunicacional cumpriu um papel relevante na omissão, mas deve cumprir outro ainda mais relevante na difusão. Ainda que persistam as contradições ligadas ao capitalismo e à construção desigual em níveis regionais e de gênero.

Os textos analisados pelo plano de trabalho e em conversa neste resumo evidenciam como capitalismo, patriarcado e mídia interagem para moldar a estrutura e a representação do futebol de mulheres. A publicidade, a divisão sexual do trabalho e os padrões técnicos das transmissões operam como fatores que limitam, mas também possibilitam avanços na modalidade.

Apesar dos desafios históricos e estruturais, a resistência das jogadoras, o fortalecimento das transmissões e o avanço do debate sobre equidade de gênero têm promovido mudanças significativas. O projeto segue investigando a espacialização da cobertura midiática do futebol de mulheres e sua relação com a valorização e autonomia da modalidade na perspectiva de consolidá-la como parte fundamental do cenário esportivo nacional, ainda que em meio à reprodução de desigualdades regionais, especialmente.

REFERÊNCIAS

BOLAÑO, C. **Indústria Cultural**: informação e capitalismo. São Paulo: Hucitec/Pólis, 2000.

BOLAÑO, C *et al*. Patriarcado, Valor e Comunicação. Modos de vida, trabalho e as relações de gênero sob o capitalismo. **Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación**, *[S. l.]*, v. 21, n. 39, p. 67-82, 2022. DOI: 10.55738/alaic.v21i39.815. Disponível em: https://revista.pubalaic.org/index.php/alaic/article/view/815. Acesso em: 13 out. 2024.

GOELLNER, S. Mulheres e futebol no Brasil: descontinuidades, resistências e resiliências. **Movimento**, v. 27, p. e27001, 2021. DOI: 10.22456/1982-8918.110157. Disponível em: https://seer.ufrgs.br/index.php/Movimento/article/view/110157. Acesso em: 2 dez. 2024.

PEIXOTO, A. *et al*. Pedagogia Da Transmissão Do Futebol De Mulheres. **Educação em Revista**, v. 39, p. e39224, 2023. DOI: http://dx.doi.org/10.1590/0102-469839224. Disponível em: https://preprints.scielo.org/index.php/scielo/preprint/view/3897. Acesso em: 21 jan. 2025.

SANTOS, A. D. G. dos *et al*. Padrão tecnoestético como barreira à entrada. Limitações na transmissão do Campeonato Alagoano de futebol masculino de 2023. **Esporte e Sociedade**, Niterói, n. 39, p. 1-25, 2024.