

O FUTEBOL DE MARTA NA REVISTA PLACAR: RECORTES DE UMA HISTÓRIA

Leila Salvini¹
Wanderley Marchi Júnior²

Resumo: O objetivo deste artigo é identificar e analisar informações sobre a jogadora de futebol Marta na revista Placar. Para atender ao objetivo proposto, fizemos uma busca no acervo *online* da revista Placar utilizando as palavras-chave: “Marta” e “futebol feminino”. Em um recorte temporal que compreende os anos de 2000-2010, foram encontrados 10 exemplares que fazem menção à jogadora. Após a análise das informações, concluímos que a forma de abordagem da jogadora Marta se difere se comparado à menção de outras jogadoras, no sentido de que a revista lhe confere legitimidade aproximando sua prática a prática dos homens, como também, foi possível identificar que a revista em questão atrela a figura da jogadora à visibilidade conferida ao futebol feminino brasileiro.

Palavras-chave: Marta; futebol feminino; revista Placar; Brasil.

THE MARTA'S SOCCER ON MAGAZINE PLACAR: CLIPPINGS OF A HISTORY

Abstract: The purpose of this article is to identify and analyze information about the soccer player Marta in Placar magazine. To attain the goal, did a search on the acquis Placar magazine online using the keywords: "Marta" and "women's football". In a time frame that covers the years 2000-2010, 10 copies that make mention of the player were found. After reviewing the information, we conclude that the form of the player Marta approach differs compared to the mention of other players, in the sense that the magazine gives it legitimacy approaching its practical practice of men as well, it was identified that the magazine in question links the figure of the player to the visibility given to the Brazilian women's soccer.

Keywords: Marta; women's soccer; Placar magazine; Brazil

¹ Mestre em Educação Física pela Universidade Federal do Paraná (UFPR). Aluna de doutorado no Programa de Pós-Graduação em Educação Física (UFPR). E-mail: leila.salvini@gmail.com

² Pós-doutor em Sociologia do Esporte pela West Virginia University/USA. Doutor em Educação Física pela Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP). Professor Efetivo da Universidade Federal do Paraná (UFPR) e membro dos Programas de Pós-Graduação em Educação Física e Ciências Sociais (UFPR), Curitiba, Paraná, Brasil. E-mail: marchijr@ufpr.br

Introdução

Durante o desenvolvimento da dissertação de mestrado³ – onde entrevistamos⁴ quatro jogadoras de futebol que em algum momento de suas carreiras participaram de jogos oficiais defendendo a Seleção Brasileira – foi possível identificar no discurso das entrevistadas a importância que a jogadora Marta confere tanto para a atual, quanto para a nova geração de meninas que procuram escolinhas de futebol, seja para a prática recreativa da modalidade ou com o anseio de tornar-se jogadora profissional.

Apesar de toda discrepância histórica e cultural de incentivo e aceitação existente entre o futebol masculino e feminino no Brasil⁵, por meio da figura e da trajetória de sucesso internacional da jogadora Marta as jovens futebolistas hoje almejam uma carreira nesse esporte, no sentido de acreditar na possibilidade de ter no futebol uma profissão, fato que até 10 anos atrás parecia ainda mais distante.

O relato específico de uma das jogadoras entrevistadas na dissertação evidencia a proximidade entre sucesso no futebol feminino com a figura “da

³ SALVINI, L. *Novo Mundo Futebol Clube e o “velho mundo” do futebol: considerações sociológicas sobre o habitus esportivo de jogadoras de futebol*. Curitiba, 2012. Dissertação (Mestrado em Educação Física). Departamento de Educação Física – Universidade Federal do Paraná. Disponível em: <http://dspace.c3sl.ufpr.br/dspace/bitstream/handle/1884/27397/R%20-%20D%20-%20SALVINI,%20LEILA.pdf?sequence=1>

⁴ Salientamos que as participantes envolvidas nessa pesquisa assinaram um termo de consentimento livre e esclarecido e que o roteiro de entrevistas foi aprovado pelo Comitê de Ética da Universidade Federal do Paraná, registrado sob o protocolo número: 1050.175.10.11.

⁵ RIGO, L. C. et al. Notas acerca do futebol feminino pelotense em 1950: um estudo genealógico. *Revista Brasileira de Ciências do Esporte*, Campinas, SP, v. 29, n. 3, p. 173 - 188, maio 2008.

GOELLNER, S. V. Na Pátria das Chuteiras as mulheres não têm vez. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL FAZENDO GÊNERO 7: gênero e preconceitos, Florianópolis. Anais do Seminário Internacional Fazendo Gênero 7: gênero e preconceitos. Editora Mulheres, 2006. p. 1-7.

KNIJNIK, J. D. *Femininos e masculinos no futebol brasileiro*. São Paulo, Tese (doutorado em psicologia) – Instituto de Psicologia, Universidade de São Paulo. São Paulo, 2006.

FRANZINI, F. Futebol é “coisa para macho”? : pequeno esboço para uma história das mulheres no país do futebol. *Revista Brasileira de História*, São Paulo, v. 25, n. 50, p. 315-328, 2005.

MOURÃO, L.; MOREL, M. As narrativas sobre o futebol feminino: o discurso da mídia impressa em campo. *Revista Brasileira de Ciências do Esporte*, Campinas, SP, v. 26, p. 73-86, 2005.

DARIDO, S. C. *Futebol feminino no Brasil: do seu início à prática pedagógica*. Motriz, Rio Claro, v. 8, n. 2, p. 43-49, 2002.

Marta”. Segundo a entrevistada, as pessoas fazem a ela muitas perguntas com relação ao futebol feminino, e dentre esses questionamentos está: “você conhece a Marta?”. Partindo desse pressuposto, podemos supor que ter o próprio nome associado ao nome da jogadora Marta é sinônimo de reconhecimento dentro e fora da estrutura do futebol feminino.

Tomando como base esse breve contexto, Bourdieu nos fornece subsídios para entendermos que Marta é uma agente dotada de capitais específicos, sejam eles físicos⁶ ou simbólicos⁷ que lhe conferem legitimidade no espaço dos esportes – em especial na estrutura do futebol feminino –, como também, facilitam-lhe o acesso e visibilidade no espaço do futebol e em outros espaços sociais, como por exemplo, o espaço ou campo⁸ político.

A fim de ilustrarmos a participação – mesmo que limitada – de Marta no campo político, relembremos o encontro da jogadora com a presidenta do Brasil, Dilma Rousseff que ocorreu em Brasília no dia 24 de janeiro de 2011. Nessa audiência, a presidenta anuncia intenção de conferir maior atenção ao futebol feminino, no entanto, nenhuma ação concreta sobre a temática foi discutida⁹. Tal relato esboça a limitação de poder incorporado na agente Marta no campo político, a qual teve o acesso à representante máxima do poder público brasileiro por ser uma agente legítima e representante da estrutura do futebol feminino, entretanto, a ausência de capitais determinantes e seu posicionamento como dominada na estrutura do campo político resultou na não efetivação de ações práticas relativas à estrutura a qual representa.

⁶ GOLDENBERG, M. *The Body as Capital: Understanding Brazilian Culture*. Vibrant, Brasília v,7 n. 1. p.220-238, 2010.

⁷ BOURDIEU, P. *O Poder Simbólico*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2010.

⁸ Um campo é um espaço social estruturado, um campo de forças – há dominantes e dominados, há relações constantes, permanentes de desigualdade, que se exercem no interior desse espaço – que é também um campo de lutas para transformar ou conservar esse campo de forças. Cada um, no interior desse universo, empenha em sua concorrência com os outros a força (relativa) que detém e que define sua posição no campo e, em consequência, suas estratégias (BOURDIEU, P. *Sobre a Televisão*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Ed., 1997. p. 57).

⁹ PORTAL BRASIL. *Dilma Rousseff recebe jogadora Marta e é convidada a assistir Copa do Mundo de Futebol Feminino*. 2011. Disponível em: <http://www.brasil.gov.br/esporte/2011/01/dilma-rousseff-recebe-jogadora-marta-e-e-convidada-a-assistir-copa-do-mundo-de-futebol-feminino>. Acesso em 27 de dezembro de 2013.

A interatividade entre os diferentes espaços sociais ou campos, promove esse acesso de agentes dotados de capitais específicos a outras estruturas, no entanto, ressaltamos novamente que o lugar ocupado por Marta na estrutura do campo esportivo não é o mesmo que ela ocupa no campo político ou midiático. Em se tratando do campo midiático, mais precisamente da mídia impressa, Souza e Knijnik¹⁰ após quantificarem a cobertura da Folha de São Paulo de esportes masculinos e femininos por meio de análise percentual do número de reportagens em um período de três meses, comprovam que as menções sobre os esportes praticados por homens e mulheres apontam diferença de até 700%. Os autores também relatam que os homens são mais vezes citados por suas habilidades atléticas do que as mulheres, que recebem mais citações em relação a sua aparência física.

Seguindo nessa esteira, Martins e Moraes¹¹ apontam o crescimento de 2000% na veiculação de matérias sobre a equipe de futebol feminino em dois jornais de grande circulação no Brasil durante o período dos Jogos Olímpicos na Grécia, no ano de 2004, mas destacam que ainda existe diferença no tratamento e na quantidade de informações destinadas ao futebol dos homens e das mulheres. A diferenciação na apresentação e apreciação do esporte feminino também foi constatada em outros países, como descrevem Cooky¹, Messner e Hextrum¹² ao analisarem a mídia televisiva nos Estados Unidos em um período de seis semanas. Os autores concluíram que embora as mulheres estejam presentes nas mais diversas modalidades esportivas, o enfoque midiático é direcionado aos homens.

Compreendemos que os aparatos de mídia tem o poder de conferir visibilidade e/ou invisibilidade a determinados assuntos, ou no presente caso, às modalidades esportivas. Partindo desse pressuposto e entendendo a importância que a imagem da jogadora Marta tem no contexto do futebol

¹⁰ SOUZA, J. S. S. KNIJNIK, J. D. A mulher invisível: gênero e esporte em um dos maiores jornais diários do Brasil. *Revista Brasileira de Educação Física e Esporte*, São Paulo, v. 21, n. 1, p. 35-48, 2007.

¹¹ MARTINS, L. T.; MORAES, L. Futebol feminino e sua inserção na mídia: a diferença que faz uma medalha de prata. *Pensar a Prática*, Goiânia, v. 1, n. 10, p. 69-81, 2007.

¹² COOKY, C.; MESSNER, M. A.; HEXTRUM, R. H. Women Play Sport, But Not on TV: A Longitudinal Study of Televised News Media. *Communication & Sport*. P. 1-28, 2013.

feminino brasileiro – ao conferir evidência à modalidade em âmbito nacional, ao destacar-se mundialmente sendo eleita por cinco vezes a melhor jogadora do mundo pela *Fédération Internationale de Football Association* (FIFA), por incentivar mesmo que de maneira indireta, as meninas a praticarem o futebol entre outras ações de cunho político –, incutiu-nos tal questionamento: *quais informações sobre a jogadora Marta são veiculadas na mídia esportiva?*

Dessa forma, o nosso objetivo com esse artigo é identificar e analisar as informações sobre a jogadora de futebol Marta na revista Placar. Nesse tocante, a pesquisa caracteriza-se como pesquisa documental¹³, pois tem como material de análise as revistas veiculadas entre os anos de 2000 – 2010. Considerando que a publicação editorial é mensal, em um intervalo de 10 anos foram disponibilizados ao público de leitores 120 exemplares da revista, desses, somente 10 fazem menções à jogadora Marta.

Os exemplares das revistas investigadas estão disponíveis em um acervo online¹⁴, deste modo, utilizamos como metodologia para coleta dos dados a busca por palavras-chave: “Marta” e “futebol feminino”. Salientamos que as informações que não correspondessem à “jogadora Marta” foram descartadas e que menções ao nome da futebolista que não vinham agregados de informações relacionadas à mesma, também foram excluídas.

A revista Placar é publicada pela Editora Abril desde março de 1970. Além de ser a mais antiga revista esportiva em circulação no País, é também líder do seu segmento no mercado editorial brasileiro¹⁵ com cerca de 1.527.877 leitores e tiragem mensal de 101.035 exemplares¹⁶. Saldanha¹⁷

¹³ GIL, A. C. Métodos e Técnicas de Pesquisa Social. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

¹⁴ O acervo de revistas Placar está arquivado no *website* Google Books, disponível no seguinte *link*: http://books.google.com.br/books/about/Placar_Magazine.html?id=ex_jY90gyh8C&redir_esc=y. Acesso em: 09 de dezembro 2013. Como também estão disponíveis edições em íntegra a partir do ano de 2006 no *website* da revista Placar. Disponível em: placar.abril.com.br/revista. Acesso em: 22 de julho de 2014.

¹⁵ SALDANHA, R. M.; GOELLNER, S. V. Futebol, sexo e rock and roll: o futebol moderno na revista Placar. *Revista Brasileira de Ciências do Esporte*, v. 35, n. 2, pp. 281-296. 2013.

¹⁶ EDITORA ABRIL, Placar. Disponível em: <http://publicidade.abril.com.br/marcas/placar/revista/informacoes-gerais>. Acesso em: 29 de dezembro de 2013.

destaca que em pouco mais do que 40 anos a revista passou por várias mudanças, sendo a principal delas a modificação no enfoque da revista, que passou de uma revista esportiva para uma revista que aborda especificamente assuntos sobre o futebol, assumindo completa reformulação no tamanho físico da revista e principalmente na forma de abordagem.

Em se tratando do perfil dos leitores, o *website* da Editora Abril apresenta no final do ano de 2013, que 87% são homens, enquanto 13% são mulheres. Destacamos que houve um aumento de leitoras em 5% se comparado com o percentual apresentado por Saldanha¹⁷ em 2008. Tal fato ilustra o aumento da procura das mulheres por essa revista como também, sobre assuntos relacionados ao futebol de modo geral. Subsidiados por essas informações, a seguir apresentaremos os dados coletados sobre a jogadora de futebol Marta em dez anos da revista Placar.

Tomando como base os apontamentos introdutórios desenvolvidos até o momento, apresentaremos com o subtítulo *Marta: Recortes de uma história*, matérias relacionadas à jogadora Marta veiculadas pela revista Placar precedidas de análises e, finalizaremos esse escrito com apontamentos que visam algumas considerações finais.

Marta: Recortes de uma história

Assim como em 1999, no ano de 2003 os Estados Unidos sediaram o Mundial de Futebol Feminino, pois a China que era cotada para ser a sede inicial passava por uma epidemia de gripe H1N1, e em detrimento às preocupações o torneio foi transferido para se manter dentro das datas programadas. Nesse torneio, a Alemanha conquistou o título após disputar a final contra a Suécia. De acordo com dados da FIFA¹⁹, “A competição, originalmente programada para a China, bateu recordes em todos os

¹⁷ SALDANHA, R M. Placar e a produção de uma representação de futebol moderno. Dissertação (Mestrado em Ciências do Movimento Humano) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2009.

¹⁸ Idem.

¹⁹ FIFA, Copa do Mundo Feminina da FIFA. Disponível em: <http://pt.fifa.com/tournaments/archive/womensworldcup/index.html>. Acesso em 26 de dezembro de 2013.

sentidos e apresentou jovens promissoras como a brasileira Marta”. Ainda em se tratando da jogadora, foi mencionada como uma das “sete estrelas em ascensão”, o excelente domínio de bola e o posicionamento preciso lhe renderam um elogio de Ma Liangxing, técnico Chinês: "O modo como ela joga mostra o futuro do futebol".

Em decorrência à participação nesse evento, pela primeira vez o nome da jogadora apareceu em uma edição da revista Placar, com o título: “Baixinha arretada: a alagoana Marta é a nova estrela da Seleção Brasileira feminina”²⁰. Essa matéria de uma página apresenta um breve relato sobre a trajetória da jogadora no futebol, ressaltando as dificuldades financeiras para manter-se na modalidade: “mora no alojamento do Santa Cruz, clube de Belo Horizonte ao qual está vinculada, não joga partidas oficiais pelo time há um ano e recebe apenas 200 reais mensais como ajuda de custo”. A qualidade de seu desempenho técnico, sobretudo na Copa do Mundo também é destacada: “Aos 17 anos, Marta já dá o que falar até no exterior: no site da Copa do Mundo dos EUA, menção especial ao seu talento”. E finalizando, a reportagem fala sobre o jeito de Marta: “Seu jeito decidido lhe rendeu o apelido de ‘Maria Bonita’, dado pelo supervisor Paulo Dutra em alusão à mulher do cangaceiro [sic] Lampeão”.

A “ajuda de custo” mencionada na matéria apresentada acima ainda é uma realidade quando se trata de futebol feminino no Brasil. O anseio pela profissionalização do futebol feminino foi marca da década de 2000-2010, como demonstra estudo realizado por Salvini e Marchi Júnior²¹ utilizando como fonte de dados a própria revista Placar. Mais de dez anos se passaram e a modalidade ainda enfrenta problemas primários como falta de calendário durante o ano todo e restrição de patrocínios, fatos que distanciam o “sonho da profissionalização” e fazem com que as jogadoras tenham outros empregos treinando durante o final de semana ou à noite.

²⁰ PLACAR. *Baixinha arretada: a alagoana Marta é a nova estrela da seleção brasileira feminina*. São Paulo: ed. Abril, n 1263, out, 2003. 80 p.

²¹ SALVINI, L. MARCHI JÚNIOR, W. Velhos tabus de roupa nova: o futebol feminino na revista Placar entre os anos de 2000-2010. *Praxia*, v 1, n 2, p. 56-66, 2013.

“Todas juntas vamos”, é o subtítulo que ocupa um pequeno espaço na página que trata do futebol na Olimpíada²². A matéria direcionada ao futebol feminino demonstra a importância desse evento esportivo para a modalidade, ressaltando as palavras de Marta: “a Olimpíada é a nossa Copa”, bem como, o depoimento do então técnico, Renê Simões, sobre o curto período que o elenco teve para treinar junto, e afirmou: “habilidade elas tem, o déficit em relação a outros países é na força, na resistência e na dinâmica de jogo”.

O pouco incentivo destinado ao futebol feminino no Brasil pode ser visualizado, dentre outras formas, também no extrato acima apresentado, quando o então técnico da seleção brasileira de futebol alega que o período destinado para que a equipe treinasse junto foi breve. Como também, no excerto em que a Olimpíada é, para o grupo de mulheres jogadoras de futebol, o momento onde elas podem estar em destaque, promovendo – de acordo com o desempenho – maior visibilidade à modalidade. Concomitantemente à falta de apoio de cunho financeiro Goellner²³ alega que existem vários argumentos que podem explicar a pouca visibilidade conferida ao futebol feminino, e destaca dois principais argumentos: “a aproximação, por vezes recorrente, entre o futebol e a masculinização da mulher e naturalização de uma representação de feminilidade que estabelece uma relação linear e imperativa entre mulher, feminilidade e beleza” (p. 143).

Após três anos da primeira publicação referente à atleta, em janeiro de 2006 uma estreita coluna na página 19, intitulada “Pelé de saias”, aborda o lançamento de um documentário sobre a trajetória de Marta, com o título: “Marta Pelés Kusun” em português, Marta, prima de Pelé. Esse documentário foi produzido pela rede de televisão SVT da Suécia, país onde ela reside desde início de 2004, por ter sido contratada pelo Umea IK, considerado um dos principais times suecos de futebol feminino. Tal feito denota a importância e o reconhecimento da jogadora no âmbito internacional.

²² PLACAR. *Todas juntas vamos*. São Paulo: ed. Abril, n 1273, ago, 2004. 84 p.

²³ GOELLNER, S. V. Mulheres e futebol no Brasil: entre sombras e visibilidades. *Revista Brasileira de Educação Física e Esporte*, Campinas, Sp, v.19, n.2, p.143-51, 2005.

Curiosamente, esse documentário não teve grande repercussão no Brasil, país de origem da protagonista. Uma das hipóteses aqui levantadas para esse descaso midiático na divulgação está no aporte histórico da modalidade, pois, se considerarmos que a prática do futebol por mulheres foi proibida por Decreto no ano de 1941²⁴ e que o futebol no Brasil ainda carrega características de uma modalidade masculina, ou mesmo, masculinizante, fica implícito o motivo da restrição na divulgação do documentário.

Na seção intitulada “O mundo é uma bola: craques e bagres que fazem o futebol no planeta” um item referente às informações que foram classificadas pela revista como em ascensão ou utilizando-nos o termo da revista, acontecimentos que “sobe” encontramos um relato sobre Marta: “Em seu terceiro ano consecutivo como finalista do prêmio Fifa de melhor jogadora do mundo, a brasileira de 20 anos finalmente levou o troféu. Ela superou a norte-americana Kristine Lilly e a alemã Renate Lingor”²⁵.

Em junho deste mesmo ano, uma pequena matéria de aproximadamente um parágrafo trata das jogadoras que estão atuando na Europa e vão chegar “em cima da hora” – título da matéria – para a apresentação na seleção brasileira. “Marta, também do Umea – eleita melhor jogadora do mundo pela Fifa –, pode não ser liberada pelo clube sueco, que disputa a Copa da Uefa”²⁶. Essa especulação não se confirmou, pois em setembro uma matéria sobre a Copa do Mundo estampa Marta com as colegas de equipe ao fundo e diz: “A Copa do Mundo é delas: nada de Ronaldinhos, Zidanes, Maxis e Cannavaros. Em setembro, as estrelas do Mundial serão mulheres – e a principal delas é brasileira...”.

“Quando a seleção brasileira feminina entrar em campo em 12 de setembro contra a Nova Zelândia, ninguém terá o horário de trabalho alterado, as ruas não estarão pintadas e nem haverá clima de oba-oba. Mas bem que poderia, porque

²⁴ Inteiro teor do decreto encontra-se disponível em: <http://www6.senado.gov.br/legislacao/ListaPublicacoes.action?id=152593>. Acesso em 20 de dezembro de 2013.

²⁵ PLACAR. *A Pelé de saias*. São Paulo: ed. Abril, n 1289, jan, 2006. 96 p.

²⁶ PLACAR. *Em cima da hora*. São Paulo: ed. Abril, n 1307, jun, 2007. 96 p.

é jogo de Copa do Mundo. E vale uma estrelinha no uniforme da seleção, assim como em 1958-62-10-94-2002²⁷.

A discrepância do entre o futebol praticado por homens e praticado por mulheres é exaltado quando a matéria retrata como o país **não** vai estar durante a Copa do Mundo de futebol feminino, ou seja, a sociedade de maneira geral não irá se mobilizar, mas espera um resultado positivo, pois, independente de qualquer situação que a modalidade esteja passando no nosso país, temos a melhor jogadora do mundo. O modo como as jogadoras permanecem nessa atividade mesmo com a restrição de incentivos financeiros e midiáticos, e ainda assim almejam a vitória, especialmente quando em situação de jogos pela seleção brasileira, nos faz remeter ao termo resiliência, utilizado por Borges *et al.*²⁸ ao descrever o comportamento de adesão e permanência de meninas participantes de um projeto social ao futebol.

Outra evidência que a modalidade ainda nos anos 2000 não assume caráter imparcial com relação ao gênero dos seus participantes, é que uma estrela na camisa da seleção feminina, não é igual a uma estrela na camisa masculina, contrariamente ao que relata o recorte anterior. Ao utilizarmos da noção de distinção em Bourdieu²⁹, podemos analisar que o futebol feminino no Brasil, ainda nos dias atuais é um esporte que vem de encontro às prerrogativas da normatividade de gênero apregoada em meados do século XX no Brasil, quando o esporte tinha função de manter a saúde das mulheres e reforçar atributos entendidos como estritamente femininos, tal qual a graciosidade das formas e movimentos, a submissão e a beleza³⁰, condenando qualquer ação prática diferenciada daquela esperada para cada gênero.

Se considerarmos as nuances históricas da modalidade, bem como, que os agentes dominantes no subcampo do futebol são homens, e que as ações práticas legítimas para esse espaço correspondem as ações práticas

²⁷ PLACAR. *Brasil que dá certo*. São Paulo: ed. Abril, n 1310, set, 2007. 96 p.

²⁸ BORGES, C. et al. Resiliência: Uma Possibilidade de Adesão e Permanência na Prática do Futebol Feminino. *Movimento*, Porto Alegre, v.12, n. 01, p. 105-131, 2006.

²⁹ BOURDIEU, P. *A distinção: crítica social do julgamento*. Porto Alegre: Zouk, 2008.

³⁰ GOELLNER, S. V. O esporte e a espetacularização dos corpos femininos. *Labrys: Estudos Feministas*, n. 4 s/v, s/p, 2003.

dos homens, o diferente nível de importância destinado a cada um desses grupos separado por sexo pode ser descortinado. Ou seja, a distinção da prática do futebol no Brasil ainda é conferida quase que exclusivamente aos homens, sendo assim, o *status* da conquista de um título ou mesmo a veiculação midiática do desempenho da equipe é proporcional à legitimidade tanto da modalidade quanto dos agentes, que no caso das mulheres ainda está em processo – lento – de consolidação.

Na continuação da matéria anteriormente apresentada, temos:

O grupo que viaja à China para a disputa do Mundial de 10 a 30 de setembro, é o mais forte e experiente que o Brasil já levou à competição. E tem Marta. Em 2003, seu primeiro mundial, Marta tinha apenas 17 anos e já chamava atenção. Agora chega à Copa como a melhor jogadora do mundo. E, o que é melhor, numa seleção que não depende apenas do seu talento [...] ³¹.

O talento individual de Marta vem sendo destacado nas matérias da revista, no entanto, nesse recorte evidenciamos a última frase “numa seleção que não depende apenas do seu talento”, como forma de evidenciar toda a equipe que vem se preparando para o Mundial. No entanto, a foto escolhida para ilustrar a matéria mostra Marta em primeiro plano, enquanto suas companheiras de equipe aparecem ao fundo. A matéria ainda faz menções aos confrontos que a seleção terá pela Copa do Mundo, apresentados as três equipes adversárias na primeira etapa, a saber: nova Zelândia, China e Dinamarca.

“É ouro puro: conheça as estrelas e os esportes que podem fazer de Pequim-2008 a melhor Olimpíada brasileira”. Sob esse título são apresentados no decorrer de duas páginas da revista alguns atletas de maior visibilidade e suas respectivas modalidades, acompanhado de uma foto e uma pequena descrição. O futebol feminino é representado por Marta, e tem a seguinte descrição: “Depois da prata e Atenas-2004 e do vice na Copa do Mundo deste ano, está na hora de a seleção liderada por Marta

³¹ PLACAR. *Brasil que dá certo*. São Paulo: ed. Abril, n 1310, set, 2007. 96 p.

chegar ao topo. Mas não será tão fácil – Alemanha, Estados Unidos e China são adversárias fortíssimas”³².

Na edição de janeiro de 2008, a matéria era destinada à jogadora de futebol Cristiane, no entanto o nome de Marta foi mencionado ao abordar o desempenho da dupla na Copa do Mundo realizada na China. Mais uma vez o nome das jogadoras aparece vinculado a um bom resultado no futebol, em matéria intitulada “Superpoderosas: com duas das três melhores jogadoras do mundo, seleção feminina vai a Pequim com mais currículo que a masculina”. A comparação com a equipe masculina nesse espaço refere-se especificamente ao desempenho nos últimos eventos esportivos, “enquanto o time masculino nem se classificou para a Olimpíada de Atenas e foi eliminado nas quartas-de-finais na Copa da Alemanha, a seleção feminina é a atual vice-campeã olímpica e mundial, além de campeã Pan-Americana em 2007”³³, bem como, ressalta a boa fase das jogadoras Marta e Cristiane.

Outras duas menções ao nome de Marta foram encontradas em matérias que abordavam outros assuntos, mas que utilizavam o nome da jogadora em alusão ao futebol feminino, como sendo uma agente capaz de representar o grupo ou mesmo a modalidade. Em uma lista ilustrada na edição de julho de 2009, foram elencadas “30 coisas que odiamos no futebol”, no tópico 27 estão as goleiras do futebol feminino “[...] as trapalhadas das goleiras do futebol feminino acabam tirando um pouco do brilho das jogadas geniais de Marta & Cia”³⁴.

Na edição de setembro de 2009, mais alguns parágrafos foram dedicados a Marta, nesse momento, a matéria intitulada “uma mulher veste a 10 de Pelé” relatava brevemente o retorno da jogadora ao Brasil, para defender o time feminino do Santos Futebol Clube (apelidado de Sereias da Vila) e vestir a camisa 10, historicamente conhecida como sendo o número da camisa do Pelé, e finaliza a reportagem dizendo: “[...] com Marta as Sereias da Vila foram campeãs da primeira Libertadores feminina e da Copa

³² PLACAR. *É ouro puro!*. São Paulo: ed. Abril, n 1313, dez, 2007. 96 p.

³³ PLACAR. *Superpoderosas*. São Paulo: ed. Abril, n 1318, mai, 2008. 104 p.

³⁴ Idem, p. 57.

do Brasil com 100% de aproveitamento [...]. A Pelé de saias marcou 28 vezes [...] e foi a artilheira da Copa do Brasil”³⁵.

Ao anunciar que “uma mulher veste a 10 de Pelé”, e em seguida fazer alusão à campanha vitoriosa da equipe feminina do Santos Futebol Clube, sob o comando de Marta, fica evidenciado que não é “qualquer” mulher que está vestindo a camisa que remete ao “Rei do futebol”. Marta aparece nesse contexto, como uma agente autorizada a essa vestimenta, pois, dentro da estrutura do futebol feminino ela ocupa uma posição de destaque em decorrência de seu desempenho de sucesso na modalidade e reconhecimento internacional.

No mês seguinte, outubro de 2009, em matéria veiculada na revista *Isto É Dinheiro* Ferreira³⁶ narra que Marta é um fenômeno do futebol, pois além de ter sido eleita três vezes consecutivas a melhor jogadora do mundo pela FIFA é única mulher a deixar os pés na calçada da fama do Maracanã. E prossegue dizendo:

Marta agora deve se transformar também em um sucesso de marketing. Pelo menos é isso o que deseja o Santos, que tenta fazer da jogadora o mesmo que o Corinthians realizou com Ronaldo (apelidado, aliás, de Fenômeno). [...] “Antes de Marta, o time feminino era um patinho feito”, diz José Geraldo Barbosa, diretor de marketing do Santos. “Hoje o patinho virou cisne. Temos até uma lista de empresas à espera da oportunidade de vincular seus nomes ao clube”³⁷.

A matéria segue apresentando o impacto financeiro positivo da contratação de Marta para o Santos Futebol Clube. Ferreira³⁸ descreve que em um mês a equipe santista vendeu 3,5 mil camisas com o nome da atacante, fato que soa como um recorde para a modalidade. O Santos recebeu nos últimos dois meses inúmeras propostas para jogos de exibição no Brasil e no Exterior, com cachê de R\$ 50 mil; R\$ 260 mil é a média de renda nos jogos realizados até agora pela equipe feminina, valor 6%

³⁵ PLACAR. *Gêmeos em guerra*. São Paulo: ed. Abril, n 1334, set, 2009. 120 p.

³⁶ FERREIRA, R. G. *Marta fenomenal*. ISTOÉ DINHEIRO. 2009. Disponível em: <<http://www.terra.com.br/istoedinheiro-temp/edicoes/628/artigo154057-1.htm>>. Acesso em: 29 de dezembro de 2013.

³⁷ idem

³⁸ idem

superior à arrecadação do time masculino no campeonato brasileiro; Com média de 10 mil pagantes por jogo, a equipe feminina supera em 24% a média de público nos jogos masculinos no campeonato brasileiro.

Embora o contrato de Marta fosse temporário, movimentou um montante financeiro ímpar em se tratando de investimentos no futebol feminino brasileiro. Relembramos que apesar da figura da jogadora de ter fomentado tais investimentos, essa não é a realidade da modalidade, sendo restritas as equipes que apresentam estrutura física e técnica para competir com o Santos.

Redirecionando nosso foco à revista Placar, identificamos que a última menção à jogadora Marta na década que abrange os anos de 2000-2010 encontra-se entre as seis páginas dedicadas aos patrocínios esportivos do banco BGM. “No ano passado, o banco tinha sua marca na camisa do time de futebol feminino do Santos – as Sereias da Vila, que tinham com destaque Marta, a melhor do mundo nos últimos quatro anos, além de Cristiane”³⁹.

O Santos Futebol Clube anunciou oficialmente no início do mês de janeiro de 2012, o encerramento das atividades da equipe feminina de futebol, conhecida como “Sereias da Vila”. Em entrevista⁴⁰ ao *website* da revista Placar, o então presidente do Santos, Luis Álvaro de Oliveira Ribeiro revela que o aumento nos gastos com a equipe principal inviabilizou a continuação da modalidade.

“Elas são atletas dedicadíssimas, que gostam muito do que fazem. O Brasil precisa do futebol feminino, afinal somos a pátria do futebol. Mas uma andorinha só não faz verão. E chegou o momento no qual houve um choque com a manutenção do Neymar, premiado melhor jogador das Américas, e do nosso time de futebol profissional. Isso tudo tem um custo, nossa equipe encareceu demais. Daí chega um momento em que fica insuportável a pressão e é preciso tomar uma decisão difícil no lado emocional, que é reduzir custos”⁴¹.

³⁹ PLACAR. *Máximo múltiplo comum*. São Paulo: ed. Abril, n 1339, fev, 2010. 112 p.

⁴⁰ A matéria na íntegra está disponível em: <http://placar.abril.com.br/materia/santos-confirma-fim-das-sereias-devido-a-valorizacao-do-time-masculino>. Acesso em: 20 de dezembro de 2013.

⁴¹ GAZETA PRESS, *Santos confirma fim das Sereias devido à valorização do time masculino*. 2012. Disponível em: <<http://placar.abril.com.br/materia/santos-confirma-fim-das-sereias-devido-a-valorizacao-do-time-masculino>>. Acesso em: 29 de dezembro de 2013.

O excerto acima remonta a situação atual da modalidade em nosso país, embora as jogadoras sejam resilientes e comprometidas, a estrutura maior do futebol é fundamentada em preceitos históricos e culturais de dominação masculina que permeiam e organizam a modalidade ainda nos tempos atuais.

Considerações finais

Tomando como base as informações até então apresentadas e, sobretudo a escassez de dados sobre o futebol feminino em uma revista especializada sobre futebol, podemos concluir de modo preliminar – por carecer de um estudo de maior profundidade – que tanto no campo esportivo quanto no campo midiático o futebol feminino ocupa lugar periférico dado o pequeno volume tanto do número de reportagens, quanto de informações contidas em cada matéria que abordasse o nome da atual melhor jogadora de futebol do Brasil.

Identificamos com base nas matérias da Placar, que a imagem de Marta construída pela revista é de uma atleta talentosa que superou as intempéries culturais e históricas dessa modalidade, assumindo dessa forma, a representatividade do futebol feminino do Brasil tanto aqui quanto no exterior. Destacamos também, que em nenhuma das reportagens selecionadas e utilizadas para o escrito desse texto aborda aspectos relativos às ações práticas normativas de gênero, ou levanta quaisquer questionamentos quanto a sexualidade de Marta, elementos comuns quando se trata de esporte feminino. Ao contrário, a legitimidade da jogadora foi exaltada pelo seu desempenho técnico, diferentemente dos relatos da revista com relação à outras jogadoras também durante os anos 2000-2010⁴².

Nesse tocante, afirmamos que o modo de abordagem das informações sobre Marta é muito próximo daquele proferido aos jogadores homens, ou seja, o lugar – conquistado por meio da incorporação de capitais necessários à *performance* do futebol – que ela ocupa no subcampo do futebol, a coloca em posição similar àquela ocupada por alguns jogadores homens, de forma

⁴² SALVINI, L. MARCHI JÚNIOR, W. Velhos tabus de roupa nova: o futebol feminino na revista Placar entre os anos de 2000-2010. *Praxia*, v 1, n 2, p. 56-66, 2013.

a não ser necessário demais questionamentos de cunho generificado, generificador ou muitas vezes pejorativo.

Seguindo nessa análise, concluímos que a revista Placar entre os anos de 2000-2010 refere-se na grande maioria dos casos, à Marta e ao futebol feminino brasileiro como sendo uma só engrenagem, tendo em vista que a visibilidade e/ou a invisibilidade conferida ao futebol feminino brasileiro nessa revista está intimamente ligada à figura e ao desenvolvimento individual dessa futebolista.

Recebido em 31.12.2013
Aprovado em 27.05.2014