

MULHER NO VOLANTE: A PRESENÇA FEMININA NA F1 EM PUBLICAÇÕES DO GLOBOESPORTE.COM ✓

209

Caroline Barbosa MONTEIRO¹
Claudia Nandi FORMENTIN²

✓ Artigo recebido em 28/02/2019 e aprovado em 12/05/2019.

¹ Graduada em Jornalismo pela Faculdade Satc (Criciúma-SC). E-mail: <caroline-monteiro@hotmail.com>.

² Doutora em Ciências da Linguagem (Unisul). Professora da Faculdade Satc onde integra o Grupo de Estudos em Comunicação e Design (GECeD). E-mail: <formentinnandi.claudia@gmail.com>.

MULHER NO VOLANTE:A PRESENÇA FEMININA NA F1 EM
PUBLICAÇÕES DO GLOBOESPORTE.COM**RESUMO**

Nas últimas décadas, o público feminino vem conquistando espaço nas categorias de esporte a motor, mas, apesar da luta pela igualdade de gênero, os estereótipos continuam presentes e são transmitidos com o tempo. Um dos locais responsáveis pela construção e desconstrução de papéis sociais é a mídia. O presente artigo objetiva analisar a imagem da mulher apresentada na editoria de Fórmula 1 do portal Globoesporte.com. Como recorte temporal foi definido o período da pré-temporada da categoria. Dentre as matérias que trataram sobre mulher foram analisadas as que elas aparecem na condição de piloto. Para a realização da análise tomou-se como base teórica as obras de Hall (2014; 2016) sobre representação e identidade, e Van Dijk (2008) sobre o poder do discurso. Assim, constatou-se que as notícias mostram avanços quanto a apresentação da mulher piloto apesar de ainda ser possível identificar estereótipos vinculados as mulheres, transmitem a ilusão de pluralidade e falsa inclusão do público feminino no esporte.

Palavras-chave: Mulheres. Representação na mídia. Fórmula 1.

WOMAN ON THE WHEEL:THE FEMININE PRESENCE IN F1 IN
PUBLICATIONS OF GLOBOESPORTE.COM**ABSTRACT**

In the last decades, the female audience has been gaining space in the motorsport categories, but despite the struggle for gender equality, stereotypes are still present and transmitted over time. One of the sites responsible for the construction and deconstruction of social roles is the media. The present article aims to analyze the image of the woman presented in the editor of Formula 1 of the portal Globoesporte.com. As a temporal cut, the pre-season period of the category was defined. Among the subjects that dealt with women were analyzed those that appear in the condition of pilot. For the realization of the analysis, the work of Hall (2014; 2016) on representation and identity was taken as theoretical basis, and Van Dijk (2008) on the power of discourse. Thus, it was found that the news shows advances regarding the presentation of the pilot woman although it is still possible to identify stereotypes linked to women, convey the illusion of plurality and false inclusion of the female audience in the sport.

Keywords: Women. Media representation. Formula 1.

1 INTRODUÇÃO

Em quase 70 anos, a Fórmula 1 tem a maioria de seus participantes formada por homens, sobretudo por ser um esporte a motor, que culturalmente é relacionado ao gênero masculino. Mas isso não impediu que mulheres tentassem uma oportunidade na categoria. Oposições sobre mulheres como piloto, jornalista ou exercendo alguma função dentro das equipes, ainda permanecem.

O jornalismo é um dos meios que fomenta as discussões sobre a representação e o papel da mulher na sociedade atual. No entanto, Melo (2006, p. 146) afirma que devido ao jornalismo ser visto como um canal para a participação

política, promovendo debates sobre a realidade, o espaço “para as publicações feministas (conformistas, alienadoras)” é reduzido.

Este artigo apresenta como problema: qual a representação da mulher na F1 a partir das publicações no site Globoesporte.com? Para isso, tem como objetivo analisar a imagem da mulher apresentada na editoria de Fórmula 1 do portal Globoesporte.com. Serão objetos de estudo as matérias publicadas na editoria, intitulada com o nome da categoria, do Globoesporte.com.

Para alcançar o objetivo o estudo embasa-se nas ideias de Hall (2014; 2016) e Savietto (2015) na abordagem sobre representação e da mulher no mundo esportivo. Enquanto Van Dijk (2008) trata a análise do discurso no qual frisa o poder que poucas organizações e instituições possuem sobre a grande massa. Assim considera-se esta uma pesquisa bibliográfica e qualitativa.

2 MULHER E ESPORTE NA MÍDIA

As mulheres vêm conquistando espaço em diversas áreas, como nas universidades, no mercado de trabalho, na política, na sociedade, entre outros. Esse progresso também ocorre na mídia. Segundo Buitoni (2009), o público feminino sempre esteve presente nos veículos de comunicação, o que difere é a forma como ele é apresentado em cada época.

A autora aponta dez padrões de perfis que as mulheres receberam ao longo do século XX, tanto na mídia quanto na sociedade. Começando pela “mulher-oásis”, indicando as trabalhadoras que procuravam melhores condições na vida profissional em um país que começava a crescer e se desenvolver, encerrando com a “mulher segura e sexy” dos anos 90. Buitoni (2009) explica que no último período, devido ao início da globalização, a mídia passou a influenciar a mulher em relação ao seu corpo, que “assume o posto de elemento social na construção da imagem das pessoas” (BUITONI, 2009, p. 141).

Como Buitoni, Moreno (2009) observa o trabalho dos veículos de comunicação na divulgação da imagem da mulher. Conforme a autora, o Ministério

da Condição Feminina do Canadá – *Status Women Canada (SWC)*³ demonstra preocupação com a forma como o sexo feminino é apresentado no país, uma vez que os meios não concedem o espaço compatível com a diversidade nos estilos de vida e no avanço das condições das mulheres na sociedade. Moreno (2009, p. 65) afirma que “a mídia atinge a população, contribuindo para a formação da subjetividade de homens, mulheres e crianças, ajudando a compor a imagem introjetada dos papéis sociais, da aparência, dos sonhos e desejos, da posição a tomar em caso de alguma informação política etc”.

Com ênfase também na distribuição de assuntos relacionados ao público feminino, Melo (2006) afirma que os conteúdos destinados às mulheres quase nunca abordam a atualidade, dita como uma característica básica do jornalismo. Para Buitoni (2009, p. 25) “os temas tradicionais da imprensa feminina resumem-se a meia dúzia de itens: moda, beleza, culinária, decoração, comportamento, celebridades, um conto etc”. Assim, tendo em vista a seleção de conteúdos, em grande parte dos veículos a mulher ainda aparece vinculada a papéis culturalmente denominados femininos (esposa, mãe, dona de casa), apesar das mudanças do século XX.

Entretanto, no último século, as mulheres conseguiram mais espaço nas escolas e universidades, aumentando as oportunidades no mercado de trabalho. Atualmente, os públicos feminino e masculino dividem o mesmo ambiente profissional. Além disso, as mulheres tiveram progresso em diversas áreas, que antes eram segmentadas aos homens. Entre os novos papéis femininos está a inclusão no esporte, onde o número de participantes cresce aos poucos em várias modalidades. O conflito ocorre em como a mulher é vista e retratada dentro desses meios que, dependendo do esporte, foram dominados por homens por muito tempo.

Para Santana e Silva (2015, p. 4) ao ingressar no mundo dos esportes, as “mãe, mulher e cuidadora do lar” se desvinculavam de papéis reforçados ao longo da história e indicavam sua masculinização. Nesse sentido, “a compreensão parte da justificativa que o esporte tiraria a beleza natural feminina e os seus traços de

³ Conforme Miranda e Machado (2010), o SWC é um ministério criado em 1971 com objetivo de estabelecer políticas públicas voltadas às mulheres e restringir os obstáculos da participação feminina na sociedade canadense.

graciosidade e delicadeza, que deveriam ser preservados, adquirem outros contornos tais como a força e virilidade” (SANTANA; SILVA, 2015, p. 4).

Ou seja, o corpo tornou-se o principal alvo das matérias, seja para expor ou ocultar. Com a masculinização da mulher, acredita-se que o público feminino perde a sua beleza por possuir músculos mais definidos que o padrão imposto para ele. Assim, Mühlen e Goellner (2012), enfatizam que a forma como são apresentadas revela a fragilidade do que naturalmente é visto como atributo feminino. Assim, afirmam, “são silenciados porque rompem com as noções de fragilidade, delicadeza e beleza representadas naquilo que social e culturalmente se construiu como atributos próprios das mulheres” (MÜHLEN; GOELLNER, 2012, p. 175).

A “quebra” da sequência determina que a mulher seja aceita em novos espaços, o que passa por um questionamento dos discursos presentes na sociedade e na mídia. Como propagadores do pensamento da massa, os meios de comunicação se tornam importantes responsáveis pela transmissão dessas ideias. Para Buitoni (2009), a mídia exerce forte influência na permanência de padrões por contribuir com a mitificação e mistificação do público feminino.

A principal discordância está em como homens e mulheres são representados. Em alguns casos, a abordagem é diferente para ambos. Mühlen e Goellner (2012, 178) citam que na análise de conteúdos jornalísticos envolvendo atletas nos Jogos Olímpicos de Pequim, em 2008, as palavras mais vistas em legendas de imagens com mulheres são “belas, sorridente, musa, ex-miss, sensuais, curvas, beldade”, enquanto aos homens são atribuídos aspectos como “gato, sorriso, galã, estrelas, belos, bem-afeiçoados, homem com cara de másculo”. Assim, explicam Mühlen e Goellner (2012, p. 178) “para as mulheres a lógica soa inversa: para ser musa precisam ser belas, sensuais. Se, além disso, tiveram alguma conquista esportiva, então esse fato é mencionado, pois seu desempenho não é condição para estarem escaladas nesse time” .

A reincidência desses casos cria um padrão que dificulta a representação da mulher na mídia de forma mais real e condizente com seus papéis e pretensões. Em razão disso, ocorre a influência e limitação da “percepção tanto de homens quanto de mulheres sobre as possibilidades de ambos, a complementaridade e

similaridades nos seus papéis sociais e, fundamentalmente, na valorização de si e da diversidade” (MORENO, 2009, p. 62). Essa visão evidencia que os obstáculos da inserção da mulher no esporte são também os estereótipos criados e reforçados ao longo do tempo.

Os papéis e estereótipos vinculados a mulher pela mídia se resumem nas formas como elas são representadas. Hall (2016) afirma que por meio do diálogo se faz uso de signos e símbolos para exprimir o que se sente e pensa em determinada cultura, tornando assim a linguagem um dos principais meios para essa transmissão. “A representação pela linguagem é, portanto, essencial aos processos pelos quais os significados são reproduzidos” (HALL, 2016, p. 18). Para o autor, as coisas ganham sentido através da linguagem, que é utilizada para representar ou expressar pensamentos, ideias e pessoas. Essa relação entre a cultura e representação correlaciona-se com o pensamento de Savietto (2015), que relata a alteração da percepção do real em decorrência da generalização no masculino. “Sendo a língua um resultado da cultura, ela também trabalha como forma de condicionar o pensamento determinando uma bagagem cultural e social que passa de geração para geração” (SAVIETTO, 2015, p. 57).

Hall (2016) cita que o termo cultura recebeu diversos conceitos com o passar do tempo. Entre eles o fato de a cultura ser utilizada para descrever “valores compartilhados”. Assim, para Hall (2016, p. 20), a cultura corresponde a um conjunto de práticas, na qual é necessário que as pessoas inclusas em um grupo interpretem os fatos e “deem sentidos” semelhantes, dessa forma, dando origem aos “significados compartilhados”. Nesse sentido, Makowiecky (2003, p. 20) informa que ao dar foco nos estudos das representações do mundo é essencial “levarmos em conta que estas representações são produtos de mentes individuais, mas, especialmente, em grande escala, são produtos de tradições culturais também”.

Concordando com Makowiecky, Hall (2016) frisa que cada um carrega consigo um mapa conceitual diferente, o que tornaria a interpretação das coisas bastante distinta. Porém, as pessoas se comunicam pois compartilham os mesmos mapas conceituais, que são interpretados e recebem sentidos semelhantes. “Não é por acaso que ‘cultura’ é, por vezes, definida em termos de ‘sentidos compartilhados ou mapas conceituais compartilhados’” (HALL, 2016, p. 36).

Nesse contexto, Hall (2016) estabelece dois tipos de sistema de representação. No primeiro, o sentido tem origem na construção de um conjunto de correspondências (incluindo pessoas, objetos, acontecimentos, ideias e mapas conceituais). Já o segundo faz referência à ligação entre o mapa conceitual e o conjunto de signos. “A relação entre ‘coisas’, conceitos e signos se situa, assim, no cerne da produção do sentido na linguagem, fazendo do processo que liga esses três elementos o que chamamos de ‘representação’” (HALL, 2016, p. 38).

A representação por meio da linguagem pode ser classificada em três tipos: 1) reflexiva, 2) intencional e 3) construtivista. Na primeira, Hall (2016) explica que a linguagem apresenta a função de espelho, refletindo o sentido real pré-existente. Já no segundo tipo, a representação intencional, define que é o interlocutor quem dará o sentido ao que foi emitido, ou seja, as palavras terão o significado que o autor desejar. No terceiro modelo, o construtivista, ressalta que não é possível fixar significados à linguagem, pois o sentido é construído por cada um a partir dos sistemas representacionais (conceitos e signos). Nessa perspectiva, afirma Hall (2016, p. 41), “o sentido não está no objeto, na pessoa ou na coisa, e muito menos na palavra. Somos nós quem fixamos o sentido firmemente que, depois de um tempo, ele parece natural e inevitável”.

A linguagem se une à representação porque é por meio da língua que a sociedade representa ou dá sentido “àquilo que queremos dizer e para expressar ou transmitir um pensamento, um conceito, uma ideia, um sentimento” (HALL, 2016, p. 24). Em decorrência disso, a identidade e a cultura têm a mídia como o principal meio de transmissão. É através dos meios de comunicação que as diferentes representações são amplamente divulgadas. “Afim, a representação conecta o sentido e a linguagem à cultura” (HALL, 2016, p. 31).

Com isso, pode-se compreender a importância da linguagem e seu impacto na cultura e representação. Hall (2014) enfatiza que as identidades também são construídas a partir dessa base. Apesar disso, o autor frisa que para cada cultura existe diversidade de significados e representação para cada tema. Com isso, os significados culturais se tornam mais do que pensamentos, “eles organizam e regulam práticas sociais, influenciam nossa conduta e conseqüentemente geram efeitos reais e práticos” (HALL, 2016, p. 20).

É desse pressuposto que Van Dijk (2008) discorre sobre o poder da mídia na representação de imagens e estereótipos. De acordo com o autor, o discurso apresentado não pode ser analisado como um objeto “verbal” autônomo, mas como algo mais abrangente, isto é, a prática social ou “um tipo de comunicação numa situação social, cultural, histórica ou política” (VAN DIJK, 2008, p. 12).

As mudanças que ocorrem a cada geração formam na sociedade um ciclo eterno de adaptação. Ou seja, antes, os signos, símbolos e imagens utilizados representavam uma identidade, que hoje não permanece a mesma. “Essa redescoberta do passado é parte do processo de construção da identidade que está ocorrendo neste exato momento e que, ao que parece, é caracterizado por conflito, contestação e uma possível crise” (HALL, 2014, p. 12). Segundo o autor, os signos sempre irão “carregar” um sentido que é necessário ser interpretado, mesmo que as imagens e signos visuais mantenham semelhanças com as referências. Os sistemas de representação tornam-se importantes nesse momento, já que “à medida que a relação entre o signo e o seu referente se torna menos clara, o sentido começa a deslizar e a escapar de nós, caminhando para a incerteza” (HALL, 2016, p. 39).

A partir da mudança, altera-se a relação entre a cultura e os significados. Conforme Hall (2014), só consegue-se compreender essa situação se tivermos noção das possíveis “posições-de-sujeito” que elas nos proporcionam e como responderemos a isso. “É por meio dos significados produzidos pelas representações que damos sentido à nossa experiência e àquilo que somos” (HALL, 2014, p. 17).

Já Van Dijk (2008) segue a teoria do controle do discurso, onde uma “minoridade” detém o poder sobre a “maioria”. Neste caso, a minoria seria as grandes organizações, instituições, empresas e o Estado, aqueles que possuem autoridade e vastos recursos. Enquanto a maioria seria formada pelo restante da população, ou seja, diversos grupos, que mesmo com maior quantidade possuem pouca interferência no meio.

Para o autor, o controle vai além da prática social do discurso, mas também as atitudes, conhecimentos, ideologias, opiniões e representações pessoais e sociais. Dessa forma, ao controlar a mente das pessoas, indiretamente, passa-se a controlar também as ações desses indivíduos. Ele ainda aponta que não é preciso

coerção, já que se obtêm resultados com persuasão, sedução, doutrinação e manipulação.

Segundo Savietto (2015), os meios de comunicação de massa, como forma de integração política e social, estão vinculados à construção de identidades, e em razão disso a representação feminina baseia-se em preocupações consideradas femininas. Com essa visão, a autora menciona a necessidade de analisar a representação das mulheres de maneira mais ampla, já que ela interfere no processo de construção dos sentidos.

Ao possuir o domínio sobre o que se pensa, fala ou faz, criam-se padrões conforme pensamentos e ideologias daqueles que têm o poder. Logo, surgem estereótipos, que pela mídia são reforçados. Para Van Dijk (2008), no geral, os termos usados estão vinculados a “consequências mentais negativas da dominação discursiva”, sendo esses a desinformação, manipulação, estereótipos e preconceitos, vieses, falta de conhecimento e doutrinação.

Enquanto isso, Oliveira (2005, p. 73) caracteriza o estereótipo como a “fetichização da ausência”, ou seja, os estereótipos são criados a partir da ansiedade que surge pela falta de aspectos que “encaixam” as pessoas nos padrões já existentes. “Trata-se de uma tentativa desesperada de esquecer a ausência. Os estereótipos precisam reforçar, por exemplo, que o português é burro, o negro é inferior e a mulher não é agressiva. A necessidade de enfatizar o estereótipo torna positivo algo que está ausente” (OLIVEIRA, 2005, p. 73).

Os padrões transmitidos pela linguagem em cada cultura e reforçados em meio à sociedade se mantêm principalmente pelo poder do discurso dos meios de comunicação. Em sua obra, Byverly e Ross (2006 apud SAVIETTO, 2015) expõem três críticas centrais sobre os problemas das notícias. A primeira faz referência à ausência de mulheres em matérias com conteúdo importantes, fortalecendo a imagem secundária do público feminino.

A segunda observação destaca os atributos sexuais como o foco da representação, que tem como consequência o reforço do estereótipo do papel sexual, da mãe e esposa tradicional e de que as mulheres são inferiores aos homens quando o assunto é inteligência e capacidade. Para finalizar, o último ponto

corresponde à não presença do gênero feminino à frente das decisões de empresas de notícias.

Van Dijk (2008) frisa que é necessário analisar de quais formas o acesso ao discurso está sendo controlado por quem tem o poder, entre eles a mídia. Isso porque, afirma o autor “a ilusão de liberdade e diversidade pode ser uma das melhores maneiras de produzir a hegemonia ideológica que servirá aos interesses dos poderes dominantes na sociedade, incluindo as empresas que fabricam essas próprias tecnologias e seus conteúdos midiáticos (VAN DIJK, 2008, p. 20).

As representações se tornam mais conflituosas quando a mulher apresentada é atleta. As discussões envolvendo capacidade, habilidade e corpo físico de cada gênero são os discursos utilizados para diferenciar a imagem de como o homem atleta e a mulher atleta são vistos. A autora se refere a um dos casos analisados em sua pesquisa, onde a jogadora de futebol estadunidense Brandi Chastain aparece nua, apenas com o par de tênis e segurando uma bola. “[...] os objetos ‘à venda’ (além da própria nudez da esportista) – parecem ser a única referência ao fato de ela ser uma atleta de futebol” (OLIVEIRA, 2005, p. 66).

Com base em Hall (2016), nesse fato nota-se a reprodução e o compartilhamento de significados, já que, para ele, “a conexão entre conceitos e linguagem que permite nos referirmos ao mundo ‘real’ dos objetos, sujeitos ou acontecimentos, ou ao mundo imaginário de objetos, sujeitos e acontecimentos fictícios” (HALL, 2016, p. 34). Em sua pesquisa, Savietto (2015) constata que, ao analisar diferentes mídias e países, além de estarem ausentes na agenda pública, as mulheres mantêm a representação estereotipada em sua identidade e que essa prática deve-se a forma como identificamos e interpretamos o mundo.

Oliveira (2005) afirma que o emissor da mensagem apresenta um discurso patriarcal, distanciando os valores masculinos dos femininos. Em geral, aspectos como a perseverança, agressividade, sucesso profissional e reconhecimento público são vistos como masculinos. Ao mesmo tempo, as mulheres recebem características como passividade, docilidade e maternalismo. A autora expõe que a existência da seleção de palavras para qualificar homens e mulheres “naturaliza” uma categoria e, com isso, aumenta a desigualdade entre os gêneros, reforçando os estereótipos.

Van Dijk (2008) destaca a responsabilidade do jornalista frente a essa situação de controle do discurso, manipulação da sociedade e reforço de estereótipos. Segundo o autor, os profissionais da comunicação “não precisam fechar seus olhos para os delitos das minorias nem aplicar a autocensura, mas devem apenas aplicar suas próprias normas profissionais também ao fazer cobertura jornalística sobre os Outros” (VAN DIJK, 2008, p. 31).

4 ANÁLISE DOS DADOS

Mapeando a editoria de Fórmula 1 no portal Globoesporte.com, verificou-se que, das 299 matérias, 14 citavam mulheres. O intervalo de tempo foi delimitado por ser o período de pré-temporada da categoria, que corresponde entre os dias 1º de janeiro e 16 de março de 2018, onde são definidos os últimos ajustes como quem serão os pilotos, detalhes dos carros, fase de testes, entre outros assuntos. Dessas matérias, em sete as mulheres apareciam na função de piloto, cinco como *grid girls*, uma como jornalista e uma como esposa de piloto.

Desse modo, foi estabelecido que esta pesquisa analisará a representação da mulher que atua como piloto na F1, por ser a função que mais aparece na editoria. No total, cinco mulheres foram pilotos efetivas na categoria principal: Maria Teresa de Filippis, Lella Lombardi, Divina Galica, Desiré Wilson e Giovanna Amati. A partir dos anos 2000, o gênero feminino passou a ganhar espaço gradativamente, mas como pilotos de testes, sendo elas Sarah Fisher, Katherine Legge, Maria de Villota e Susie Wolff. Em 2018, Tatiana Calderón foi anunciada como piloto de testes da Alfa Romeo Sauber F1 Team.

Para a elaboração da análise, o artigo baseia-se nas teorias sobre representação, identidade e discurso. Ao todo, foram analisadas sete matérias e 34 imagens, inclusas nas notícias selecionadas, sendo que 10 delas são repetidas. Criado há mais de 10 anos, o Globoesporte.com reúne todo o conteúdo esportivo produzido por jornalistas e programas especializados nessa área da Rede Globo, emissora proprietária do portal. O site está vinculado ao Globo.com, tornando-se sua editoria destinada aos esportes. O material divulgado abrange 60 modalidades ou

categorias, além de realizar a transmissão em tempo real, por meio de comentários, e ao vivo com vídeo.

No período definido para análise, o fato de destaque envolvendo as mulheres na função de piloto de F1 foi a declaração da representante da Comissão de Mulheres da Federação Internacional de Automobilismo (FIA) e ex-piloto de testes da categoria, Carmen Jordá ao site *ESPN F1* e replicada no portal Globoesporte.com. No geral, as demais matérias abordam a repercussão da afirmativa e a divulgação de Tatiana Calderón como a única piloto de testes mulher na temporada 2018 da F1. A parte que gerou discordâncias na declaração de Carmen Jordá corresponde ao seguinte trecho:

Não cabe a mim decidir o que é bom ou não para as mulheres no esporte. Mas, com a minha experiência, posso dizer que na Fórmula 1 e na Fórmula 2 – ao contrário de outros campeonatos, como kart, Fórmula 3 e GT, onde creio que as mulheres sejam capazes de conquistar bons resultados – há uma barreira, que é por uma questão física. Vejo um grande problema para as mulheres (neste sentido), e é por isso que não há nenhuma nestes campeonatos.

Na notícia 1, intitulada “Esforço físico impede sucesso de mulheres, diz espanhola que já testou na F1”, publicada no dia 5 de março de 2018, o conteúdo tem como foco a divulgação da declaração de Carmen Jordá. Porém, o texto já inicia com: “Nas pistas, Carmen Jordá nunca foi exatamente um fenômeno”, deixando claro um pré-julgamento do repórter em relação ao desempenho da atleta. Para justificar, na sequência apresenta um breve currículo da piloto. Ao utilizar o termo ‘fenômeno’, o jornalista deixa subentendido que para expor opinião sobre as experiências e dificuldades do esporte, seria necessário que a atleta tivesse conquistado ótimos resultados e feitos extraordinários nos campeonatos em que disputou.

A diferença dos termos utilizados para definir homens e mulheres é ressaltada por Oliveira (2005, p. 68), “aos homens cabem determinadas características consideradas masculinas como sucesso profissional, perseverança, agressividade e reconhecimento público, ao passo que às mulheres cabem características como a passividade, docilidade e o maternalismo”. Dessa forma, percebe-se que o repórter abordou o sucesso de Carmen Jordá na profissão, citado

por Oliveira (2005) como característica geralmente relacionada aos homens, para minimizar o que foi dito pela piloto.

Na continuação, o jornalista cita opções para as mulheres que buscam carreira no automobilismo e lembra que “A piloto, que já testou um Fórmula 1 nos tempos em que atuava na Lotus, experimentou no último fim de semana um carro elétrico da Fórmula E, que é bem menos potente e exigente que um F1”, dando a ideia de que mulheres não possuem força física para pilotar um carro de F1. Para Moreno (2009) os estereótipos podem gerar incertezas sobre a capacidade entre os gêneros, como no caso acima, no qual ao apresentar a opinião da piloto, o repórter deixa dúvidas quanto a sua própria percepção sobre o assunto.

Figura 1 – Notícia em que Carmen Jordá expõe opinião sobre capacidade de mulheres na F1



A



B

Fonte: Globoesporte.com (2018)

A matéria também contém seis imagens, nas quais aparecem além de Carmen Jordá, as ex-pilotos Susie Wolff e Giovanna Amati. Em duas delas (Figura 1), assim como nas demais, mesmo com os uniformes das equipes, ambas se caracterizam como fotografias posadas, as mulheres não estão realmente exercendo suas atividades como piloto, e sim como modelo. As autoras Mühlen e Goellner (2012) expõem que o público feminino é representado pela mídia esportiva com foco na beleza e sensualidade e que, caso a mulher possua alguma conquista, o fato é citado, mas essa não é a principal circunstância para ela estar ali.

Após três anos sem uma piloto de testes mulher na F1, a equipe Alfa Romeo Sauber F1 Team anunciou que Tatiana Calderón, piloto da categoria GP3, assumiria a posição para a temporada 2018. É neste contexto que se discorre a

segunda notícia analisada, com título “Colombiana Tatiana Calderón é anunciada como piloto de testes da Sauber” e publicada no dia 6 de março de 2018, no dia seguinte após a declaração de Carmen Jordá.

Conforme Buitoni (2009), em grande parte dos conteúdos destinados ao público feminino está o jornalismo informativo e interpretativo, sem que exista preocupação com a factualidade. Entre os temas tratados estão beleza, comportamento, culinária e moda. Porém, a partir do momento em que as mulheres passam a ocupar outras funções, principalmente em ambientes de predominância masculina, como é o caso das matérias analisadas neste estudo, há uma “quebra” dos pensamentos que as fixam em atividades domésticas. A conservação de concepções semelhantes à de Carmen Jordá, de que a mulher não é capaz ou não tem físico para disputar lado a lado com homens, é o que contribui para a representação de estereótipos nos meios de comunicação, como ressalta a autora, “a imprensa feminina brasileira colabora para a mitificação e a mistificação do ser feminino, ajudando a manter padrões. A artimanha do novo usa principalmente a mulher, por ser mais vulnerável” (BUITONI, 2009, p. 212).

A notícia publicada pelo portal Globoesporte.com rompe com os estereótipos indicados por Buitoni. Dois fatos centrais prevalecem. Primeiro, a mulher é apresentada em uma editoria de esporte, e, nesse sentido sai do ambiente do jornalismo feminino já que essa editoria não tem uma definição de público quanto a gênero, e segundo, aparece na função de piloto na categoria máxima do automobilismo mundial, onde o maior público é masculino. Além de falar sobre as novas atribuições, a matéria enfatiza os resultados conquistados na categoria que disputa atualmente, como no trecho a seguir: “Também em 2017, Calderón terminou o campeonato da GP3 na 18ª posição, marcando sete pontos”. Para Santana e Silva (2015), as mulheres, mães e donas de casa se desligam dos estereótipos reforçados ao praticarem modalidades do mundo esportivo que são associadas ao público masculino.

Segundo as autoras acredita-se que as mulheres perderiam sua beleza natural e delicadeza e afetaria o “dom” feminino. Na contrapartida, obteriam força e virilidade. O texto ainda apresenta a fala de Fred Vasseur, chefe da equipe que contratou a piloto, dando prioridade ao desenvolvimento da atleta. “Tatiana é uma

pessoa muito trabalhadora, que impressionou a equipe com seu foco e dedicação. Ela fez um bom progresso como piloto, desenvolvendo suas capacidades físicas e mentais continuamente ao longo dos últimos anos”. As mesmas características que Carmen Jordá disse ser um empecilho, o chefe da equipe declarou que podem ser desenvolvidas, ou seja, não é natural.

Figura 2 – Notícia em que Tatiana Calderón é anunciada como nova piloto de testes da Sauber



A



B

Fonte: Globoesporte.com (2018)

Diferente da notícia 1, a segunda notícia possui uma imagem em que representa Tatiana Calderón (Fig. 2B) pilotando um carro da categoria GP3, ou seja, exercendo sua função. Já a imagem de capa (Fig. 2A) se repete, transparecendo ter sido retirada da postagem feita pela equipe para o anúncio. No total, foram cinco imagens. Hall (2016) declara a importância dos sistemas de representação para a compreensão entre o que é exposto. Para o autor, cada imagem deve ser estudada separadamente, pois cada uma possui um significado diferente, sendo possível interpretá-la de várias formas. Mas vale lembrar que precisa haver coesão entre texto e imagem, do contrário, perde-se o sentido da relação. Nas palavras de Hall (2016, p. 39) “imagens e signos visuais, mesmo quando carregam uma semelhança próxima às coisas a que fazem referência, continuam sendo signos: eles carregam sentido e, então, têm que ser interpretados”. (HALL, 2016, p. 39).

A notícia 3, denominada “Piloto espanhola é criticada após falar que físico impede sucesso de mulheres na F1”, publicada no dia 6 de março de 2018, menciona a repercussão e opinião de pessoas envolvidas no automobilismo em referência a declaração de Carmen Jordá. Logo no início, na linha de apoio e no

segundo parágrafo, o repórter destaca o desempenho da piloto na principal categoria que disputou, a GP3: “não obteve bons resultados na GP3” e “apresentou resultados fracos na GP3”. Esse julgamento desqualifica a opinião da piloto no exercício da sua função, desconsiderando o contexto em que ocorreu o fato, como a pressão, falta de apoio e patrocinadores. O autor do texto faz uso dos termos para fundamentar o pensamento das críticas. Segundo Hall (2016), a mídia é o principal meio de transmissão da identidade e cultura, com isso, a linguagem torna-se o canal para a representação daquilo que se pensa. Ao fixar os resultados da atleta como ruins e fracos, as pessoas pertencentes aquela cultura compartilham os mesmos significados que o jornalista.

No decorrer do texto são expostas opiniões de mulheres e homens pilotos, sendo todas postagens feitas no *Twitter*. A primeira crítica listada é de Leeda Gade, primeira engenheira campeã da 24 Horas de *Le Mans*. Ela comenta sobre a função de Jordá na Comissão de Mulheres da FIA, que tem objetivo de aumentar a participação de mulheres no automobilismo. A piloto Pippa Mann também opinou, uma vez que acredita que a falta de espaço dado às mulheres nas categorias ocorre por questões culturais, mas salienta a capacidade física igual entre os gêneros. Oliveira (2005) argumenta que o estereótipo é a “fetichização da ausência”, pois existe a ansiedade de criar um padrão de características que a inclua em algum grupo e, ao formar um estereótipo, a ausência não é mais lembrada. Dessa maneira, um dos estereótipos reforçados é que a mulher não é agressiva.

Os campeões de F1 Jenson Button e Damon Hill também citaram pilotos e atletas que obtiveram resultados significativos nos esportes, além de promessas da nova geração. Entre os posicionamentos, eles ressaltaram que a questão física não é o problema. Com as mudanças ocorridas na sociedade, exigiu-se adaptação de cada indivíduo no novo meio. Hall (2014) informa que entre as sucedidas etapas de construção da identidade está a redescoberta do passado, que pode gerar conflitos, crises e contestação do novo com o antigo.

Figura 3 – Notícia em que pilotos fazem críticas a declaração de Carmen Jordá



A



B

Fonte: Globoesporte.com (2018)

225

Pela primeira vez existe uma equidade entre as imagens das sete notícias analisadas. Das seis fotografias, três mostram Carmen Jordá posando para a câmera, como a Figura 3A. Já as outras três exibem as pilotos Pippa Mann (Fig. 3B), Danica Patrick e Juju Noda em trabalho. Contudo, o fato de as três imagens posadas serem de Carmen Jordá levanta dúvidas, já que a matéria parece usar dessa ferramenta para enfatizar o estereótipo e opinião da piloto relacionada a capacidade de mulheres no esporte a motor. O domínio da mídia sobre reprodução de imagens é frisado por Van Dijk (2008, p. 12), ao dizer que “o discurso não é analisado apenas como um objeto ‘verbal’ autônomo, mas também como uma interação situada, como uma prática social ou como um tipo de comunicação numa situação social, cultural, histórica ou política”.

Porém, há divergências, pois as outras três pilotos são representadas em suas atividades. Pippa Mann pilotando na Formula *Indy*, Danica Patrick comemorando sua vitória também na *Indy*, sendo a única mulher a vencer na categoria, e Juju Noda se preparando para entrar no carro em um teste. Como expõe Van Dijk (2008), o contexto em que cada uma está vinculada deve ser considerado na interpretação dos fatos, sobretudo pelas imagens representarem o reforço de estereótipo quanto a Carmen Jordá.

A notícia 4 tem como título “Única mulher na Stock Car, Bia rebate Jordá: ‘É pesado, mas tem que se dedicar’”, publicada no dia 7 de março de 2018. Mesmo não tendo alcançado a F1, Bia Figueiredo conseguiu resultados significativos no esporte a motor no Brasil e nos Estados Unidos. Foi primeira mulher brasileira a conquistar um lugar no grid e de disputar as 500 Milhas de Indianópolis, além de

participar de uma temporada completa da Fórmula *Indy*. Atualmente, é piloto da *Stock Car*, categoria brasileira de carros de turismo.

O *lead* traz a frase “Ser a única mulher no grid não é novidade para Bia Figueiredo”, destacando que ela é a única mulher a competir na *Stock Car* desde 2014, como em outras categorias, mas que esse motivo nunca foi um obstáculo. Segundo Saviotto (2015), a compreensão da realidade pode ser influenciada pela generalização do masculino. Ao citar que a piloto é a única mulher e dar ênfase por não ser “novidade”, o repórter classifica a categoria com domínio de homens há décadas. A autora indica que a língua, sendo resultado da cultura, é o transmissor de pensamentos culturais e sociais, como a masculinização. Nesse sentido, Moreno (2009, p. 65) enfatiza o poder da mídia, que colabora na construção subjetiva da sociedade “ajudando a compor a imagem introjetada dos papéis sociais, da aparência, dos sonhos e desejos, da posição a tomar em caso de alguma informação política etc”.

Com experiência em monopostos, a piloto não concorda com Carmen Jordá e, no título da matéria, sua opinião já é apresentada. Bia Figueiredo conta que venceu corridas na *Indy Lights* e esteve entre os dez melhores em categorias competitivas, e ainda lembra que na Fórmula *Indy*, Danica Patrick tem uma vitória e Simona de Silvestro um pódio. “Então acho que cabe muito da parte da piloto se preparar fisicamente. É pesado, mas, com uma disciplina bem forte, é possível haver competitividade entre homens e mulheres no automobilismo”.

O repórter enfatiza que na opinião da piloto, Carmen Jordá falou sobre a diferença de capacidade como desculpa para justificar sua falta de preparo. Makowiecky (2003) afirma que independente do discurso ou do meio, o fato é o que precisa ser representado. Dando importância ao fato e com exemplos reais, a notícia contraria a afirmação de Carmen Jordá e traz a ideia de que as mulheres são capazes de terem sucesso no esporte a motor e que o físico não as impede. Para Van Dijk (2008, p. 30), opiniões como de Carmen Jordá, são criadas por quem tem o domínio do poder do discurso e através da mídia são intensificadas, por meio dos “termos das consequências mentais negativas da dominação discursiva: desinformação, manipulação, estereótipos e preconceitos, vieses, falta de

conhecimento e doutrinação, e como esses elementos podem significar ou levar a desigualdade social”.

Ao fim, a notícia apresenta a opinião da piloto Simona de Silvestro, que participa da categoria *Supercars*, na Austrália. A atleta ressalta que nunca sentiu desvantagem física e que é “frustrante ouvir a declaração de uma mulher que nunca correu” nas categorias que ela disputou. Essa ideia de a mulher ser inferior ou não poder participar de atividades denominadas masculinas surge, conforme Makowiecky (2003), porque as representações são, além de produtos de mentes individuais, produtos de tradições culturais.

Figura 4 – Notícia em que Bia Figueiredo fala de experiência e contraria Carmen Jordá



A



B

Fonte: Globoesporte.com (2018)

Esta é a única matéria na qual o número de imagens das mulheres em trabalho supera as posadas, sendo quatro e um, respectivamente. Em duas delas, Bia Figueiredo aparece exercendo sua função de piloto (Fig. 4A), e a terceira ao lado da sua engenheira na *Stock Car*, Rachel Loh (Fig. 4B). As outras imagens são de Carmen Jordá, sendo esta a única imagem das notícias analisadas que ela trabalhando, e Simona de Silvestro no pódio da Fórmula *Indy*. Mühlen e Goellner (2012) acreditam que com a masculinização e ao ingressar no esporte, as mulheres perdem sua beleza por saírem do padrão imposto. Essa situação mostra à visão que se tem do atributo feminino, que no fim, são silenciadas por quebrarem com o estereótipo de delicadeza e fragilidade, cultural e socialmente vinculado às mulheres.

Intitulada “Espanhola se justifica sobre polêmica com mulheres na F1: ‘Opinião pessoal’”, a notícia 5 foi publicada no dia 8 de março de 2018. No seu direito de resposta à repercussão de sua declaração, o texto destaca os esclarecimentos de Carmen Jordá. Vale ressaltar que no título e *lead*, foi empregada a palavra “polêmica”. Ao utilizar um termo, neste caso “polêmica”, Hall (2016) explica que o indivíduo fixa o sentido e que, com o passar do tempo, esse processo demonstra-se natural e inevitável. Isso porque, “o sentido depende da relação entre as coisas no mundo – pessoas, objetos, eventos, reais ou fictícios – e do sistema conceitual, que pode funcionar como *representação mental* delas” (HALL, 2016, p. 36). Assim, independente do objetivo do repórter, o receptor (o leitor) interpretará a mensagem com o pensamento que já possui.

No decorrer do texto, afirma-se que “Jordá aproveitou o Dia Internacional das Mulheres para se esclarecer” e frisa duas frases da piloto: “Com alguma experiência em ambos os carros, dei minha opinião pessoal” e “Nunca tive a intenção de desencorajar mulheres que queriam competir na maior categoria do nosso esporte ou afirmar que fisicamente não eram capazes”. A matéria possui apenas uma imagem, na qual representa Carmen Jordá, e caracteriza-se como posada. Considerando os acontecimentos, a fotografia escolhida busca mostrar a piloto como modelo e não exercendo sua profissão.

Figura 5 – Notícia em que Carmen Jordá se defende das críticas



A

Fonte: Globoesporte.com (2018)

Nessa perspectiva, Byverly e Ross (2006 apud SAVIETTO, 2015, p. 55) apontam críticas centrais na forma como os padrões aparecem nas notícias, entre elas o fortalecimento das mulheres a margem dos homens ao não as incluírem em

matérias com temas relevantes e também pelo fato de “quando aparecem, a maneira com que são retratadas costuma centrar-se em seus atributos sexuais, ocasionando uma estereotipação do seu papel sexual e retratando as mulheres como menos inteligentes e menos capazes ou reforçando seu papel tradicional de mãe e esposa”.

A notícia 6, denominada “No Dia Internacional da Mulher, lembre as pilotos que já participaram da Fórmula 1”, foi publicada no dia 8 de março em comemoração a data. A matéria consiste em recordar as mulheres que já foram pilotos na F1, como titulares das equipes ou pilotos de testes. O texto segue intercalando uma breve descrição do currículo com uma imagem de cada atleta. Os primeiros parágrafos são dedicados a situação envolvendo Carmen Jordá, analisada anteriormente. O repórter frisa que a piloto se pronunciou em resposta “Depois da gritaria generalizada nas redes sociais” e novamente apresenta uma imagem posada da atleta. Além de citar a contratação de Tatiana Calderón “um dia depois de Jordá causar esse alvoroço todo”. Alexandre (s/d, p. 116) reforça a interferência da forma como os fatos são comunicados na visão do leitor, já que os “meios comunicação de massa se tornam instrumentos fundamentais na produção da nova coesão social, exatamente porque lidam com a fabricação, reprodução e disseminação de representações sociais”.

Entre os trechos que se evidenciam, o jornalista lembra que “Em outras categorias, as mulheres já conseguiram resultados expressivos”, De Filippis “foi a primeira mulher a tomar parte em um grande prêmio” e que Lombardi “foi a única mulher na história a pontuar”. Porém, o fato que gera conflitos sobre qual a relevância da informação na matéria é quando o repórter menciona que Amati tornou-se “famosa por ter sido sequestrada em 1978 e se apaixonado pelo sequestrador”. Identifica-se aí a afirmação de Buitoni (2009) de que, mesmo nas entrelinhas, existe um estereótipo vinculado a mulher, sendo o papel tradicional de mãe, esposa ou dona de casa, ou como a mulher que está sempre à procura de um marido. Ao fim, a notícia ainda exhibe o caso de Villota, que sofreu um acidente durante um teste e faleceu um ano depois em decorrência das sequelas, considerando uma tragédia para o esporte.

Figura 6 – Notícia em que ex-pilotos de F1 são lembradas no Dia Internacional da Mulher



A



B

Fonte: Globoesporte.com (2018)

A matéria apresenta oito imagens. Dessas as pilotos Jordá, Galica, Amati (Fig. 6B) e de Villota aparecem em fotografias posadas. Enquanto, Filippis e Wilson aparecem pilotando os carros de F1. Já a piloto Lombardi, aparece na capa em uma imagem posada e, no decorrer do texto, é representada (Fig. 6A) ao pilotar o carro em que conquistou o feito histórico de ser a única mulher a pontuar na categoria. Segundo Savietto (2015, p. 52), “como espaços políticos e sociais, os meios de comunicação de massa participam do processo de construção de identidades, e por isso a representação das mulheres nestes espaços sempre permearam as preocupações feministas”. Diante disso, a representação da mulher deve ser realizada de forma mais abrangente, sem esquecer dos processos de construção dos sentidos.

Com título “Piloto de testes na F1, Tatiana Calderón revela que bateu ‘para ganhar respeito’”, a notícia 7 foi publicada no dia 10 de março de 2018. Logo no início, percebe-se o foco da matéria quando enfatiza que Tatiana Calderón sofreu preconceitos de colegas. Como na notícia 6, a palavra “gritaria” aparece para explicar a repercussão após a primeira declaração de Carmen Jordá. No parágrafo seguinte, usa o termo “*polemizar*” para apresentar a opinião de Tatiana Calderón sobre o desempenho de mulheres no automobilismo. As duas expressões buscam representar uma situação caótica e ambas estão relacionadas a mulheres, assim, reforçando estereótipos, como expõe Savietto (2015):

A estas representações inscrevem-se na maneira como identificamos e interpretamos o mundo, torna-se mais que evidente a necessidade de ações drásticas para uma mudança de paradigmas na maneira em que se

produzem conteúdos de comunicação, seja em jornais, revistas, cinema, anúncios ou internet. (SAVIETTO, 2015, p. 73)

No trecho completo, a atleta diz que é necessário provar a si mesma que é capaz para romper com a ideia de que mulheres são menos competitivas que homens e conta uma situação que viveu: “houve algumas ocasiões em que pensei ‘não vou tirar o pé porque essa é a minha posição e é a hora de ele frear’. O outro cara não freou e batemos, mas foi a única forma de fazê-lo entender que não é apenas porque sou mulher que vou ceder a posição”. Na sequência, a piloto diz que colegas já admitiram sentir o ego afetado após ela ultrapassá-los. “Isso mostra como ainda é algo novo para os caras aceitarem que uma garota é mais rápida ou pode vencê-los”. Meireles (2012) informa que os sentidos são históricos e ao longo do tempo sofrem influência na sua construção. Ou seja, os sentidos são concebidos e permeados por meio das particularidades do ambiente em que o sujeito convive, surgindo assim um ciclo entre sujeito-sentido-contexto-social. Assim, o elo entre os gêneros e suas diferenças, como cita a piloto, vivem em constante transformação e são mantidas pelo discurso e representação.

A notícia apresenta três imagens, sendo duas posadas e uma em trabalho. Tatiana Calderón aparece em duas, na capa, em iguais as apresentadas neste trabalho nas figuras 2A e 2B. A outra imagem posada representa a piloto Carmen Jordá. A equidade nas fotografias entre Carmen Jordá e as demais pilotos não é vista em nenhuma das notícias do estudo quando se refere a imagens posadas e em trabalho. Com base nisso, Van Dijk (2008) frisa que apesar de o leitor ter se tornado mais crítico, a persuasão feita por meio da mensagem apresenta uma falsa liberdade e diversidade.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente artigo foi desenvolvido com o intuito de analisar a representação da mulher nas notícias publicadas na editoria de Fórmula 1 do portal Globoesporte.com durante o período entre 1º de janeiro e 16 de março de 2018. A delimitação das matérias foi definida pela escolha de conteúdos que vinculavam as mulheres a função de piloto, totalizando, sete notícias. Para isso, o estudo seguiu os

objetivos específicos de mapear as matérias que abordam as mulheres, reconhecer quais atividades elas desempenharam e ainda desenvolvem na categoria e verificar se há o reforço de estereótipos. Além de piloto, as mulheres foram representadas nos papéis de *grid girls*, jornalista e esposa de piloto.

Durante a construção do artigo, foi observado como, muitas vezes, de forma implícita pensamentos e ideias ainda são transmitidos através dos meios de comunicação, como destacaram Melo (2006) e Buitoni (2009). Os estereótipos culturalmente relacionados às mulheres há décadas ainda permanecem na identidade da sociedade, dificultando a equidade entre os gêneros e a aceitação de mulheres em diferentes modalidades esportivas, sobretudo, nas que tiveram predominância masculina por um longo tempo.

Portanto, percebe-se que, embasado em Hall (2014; 2016), Van Dijk (2008) e Moreno (2009), entre outros, os objetivos da pesquisa foram alcançados. O estereótipo é visto tanto nas imagens quanto nos textos escritos. Os repórteres utilizaram palavras associadas ao caos, polêmicas e fenômenos, sugeriam a falta de capacidade das mulheres, como Carmen Jordá, e também a possível relação amorosa com um sequestrador, no caso de Giovanna Amati.

Assim o conteúdo analisado indica uma tendência de pluralidade ao divulgar notícias com a participação de mulheres. Há ainda um longo caminho para percorrer para que a mulher seja apresentada sem marcas culturais que a caracterizem como indefesa. Percebeu-se que toda a polêmica causada pela declaração de uma das pilotos só aconteceu pois os significados dos signos transmitidos por ela são compartilhados apenas por parte dos envolvidos. O que pode indicar um período de transição no que diz respeito ao papel da mulher na sociedade.

REFERÊNCIAS

BUITONI, Dulcília Helena Schroeder. **Mulher de papel**: a representação da mulher pela imprensa feminina brasileira. São Paulo: Summus, 2009.

GLOBO ESPORTE. **Colombiana Tatiana Calderón é anunciada como piloto de testes da Sauber**. Disponível em: <<https://globoesporte.globo.com/motor/formula->

1/noticia/venezuelana-tatiana-calderon-e-anunciada-como-piloto-de-testes-da-sauber.ghtml>. Acesso em: 14 set 2018.

GLOBO ESPORTE. **Esforço físico impede sucesso de mulheres, diz espanhola que já testou na F1**. Disponível em: <<https://globoesporte.globo.com/motor/formula-1/noticia/esforco-fisico-impede-sucesso-de-mulheres-diz-espanhola-que-ja-testou-na-f1.ghtml>>. Acesso em: 14 set 2018.

GLOBO ESPORTE. **Espanhola se justifica sobre polêmica com mulheres na F1: "Opinião pessoal"**. Disponível em: <<https://globoesporte.globo.com/motor/formula-1/noticia/espanhola-se-justifica-sobre-polemica-com-mulheres-na-f1-opinio-pessoal.ghtml>>. Acesso em: 14 set 2018.

GLOBO ESPORTE. **Piloto de testes na F1, Tatiana Calderón revela que bateu "para ganhar respeito"**. Disponível em: <<https://globoesporte.globo.com/motor/formula-1/noticia/piloto-de-testes-na-f1-tatiana-calderon-revela-que-bateu-para-ganhar-respeito.ghtml>>. Acesso em: 14 set 2018.

GLOBO ESPORTE. **Piloto espanhola é criticada após falar que físico impede sucesso de mulheres na F1**. Disponível em: <<https://globoesporte.globo.com/motor/formula-1/noticia/piloto-espanhola-e-criticada-apos-falar-que-fisico-impede-sucesso-de-mulheres-na-f1.ghtml>>. Acesso em: 14 set 2018.

GRÜNWARD, Alexander. **Única mulher na Stock Car, Bia rebate Jordá: "É pesado, mas tem que se dedicar"**. Disponível em: <<https://globoesporte.globo.com/motor/stock-car/noticia/unica-mulher-na-stock-car-bia-rebate-jorda-e-pesado-mas-tem-que-se-dedicar.ghtml>>. Acesso em: 14 set 2018.

HALL, Stuart. **Cultura e Representação**. Rio de Janeiro: PUC-Rio: Apicuri, 2016.

_____. **Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais**. Tomaz Tadeu da Silva (org.). 15. ed. Petrópolis: Vozes, 2014.

MAKOWIECKY, Sandra. **Representação: a palavra, a idéia, a coisa**. Cadernos de Pesquisa Interdisciplinar em Ciências Humanas, nº 57, dezembro, 2003. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/cadernosdepesquisa/article/view/2181>>. Acesso em: 15 ago 2018.

MELO, José Marques de. **Teoria do jornalismo: identidades brasileiras**. São Paulo: Paulus, 2006.

MIRANDA, Cynthia Mara; MACHADO, Lia Zanotta. **As redes feministas e o Estado: a construção de espaços políticos nos governos, brasileiro e canadense**. In: Fazendo Gênero 9, 2010. Florianópolis, 2010. Disponível em: <http://www.fazendogenero.ufsc.br/9/resources/anais/1278282735_ARQUIVO_ArtigoCynthia.pdf>. Acesso em: 24 abr. 2018.

MORENO, Rachel. **A imagem da mulher na mídia: controle social comparado.** São Paulo: Publisher Brasil, 2012.

MÜHLEN, Johanna Coelho von; GOELLNER, Silvana Vilodre. **Jogos de gênero em Pequim 2008:** representações de feminilidades e masculinidades (re)produzidas pelo site Terra. Revista Brasileira de Ciências do Esporte, v. 34, n. 1, p. 165-184, jan./mar. 2012. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rbce/v34n1/v34n1a12.pdf>>. Acesso em: 4 abr. 2018.

OLIVEIRA, Maria de Fátima Cabral Barroso de. **A mídia e as mulheres:** feminismos, representação e discurso. 2005. Dissertação. Universidade de São Paulo, São Paulo. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8147/tde-05042006-092423/pt-br.php>>. Acesso em: 4 abr. 2018

SABINO, Fred. **No Dia Internacional da Mulher, lembre as pilotos que já participaram da Fórmula 1.** Disponível em: <<https://globoesporte.globo.com/motor/formula-1/noticia/no-dia-internacional-da-mulher-relembre-as-pilotos-que-ja-participaram-da-formula-1.ghtml>>. Acesso em: 14 set 2018.

SANTANA, Daiane de Oliveira; SILVA, Grasiela Oliveira de Santana. **O papel da mulher dentro do contexto esportivo:** uma análise a partir do futebol. In: 8º Encontro Internacional de Formação de Professores (ENFOPE) e 9º Fórum Permanente de Inovação Educacional (FOPIE), 2015, Aracaju, v. 8, n. 1. Disponível em: <<https://eventos.set.edu.br/index.php/enfope/article/view/1562/386>>. Acesso em: 4 abr. 2018.

SAVIETTO, Daniele. **Mulheres e mídia global:** uma análise internacional da perspectiva das mulheres sobre suas representações midiáticas. 2015. Dissertação – Universidade de Coimbra, Coimbra, Portugal. Disponível em: <<https://estudogeral.sib.uc.pt/handle/10316/29028>>. Acesso em: 8 maio 2018.

VAN DIJK, Teun A. **Discurso e poder.** São Paulo: Contexto, 2008.