

Contraponto

JORNAL LABORATÓRIO DO CURSO DE JORNALISMO

Faculdade de Filosofia, Comunicação, Letras e Artes - PUC-SP

Barbie: entre fantasia e realidade

“Onda rosa” traz debates sobre um mundo com direitos, oportunidades e poder às mulheres.



Editorial

Em setembro deste ano, a Comissão de Previdência, Assistência Social, Infância, Adolescência e Família da Câmara dos Deputados debateria um projeto de lei (580/2007) que impede que relações homoafetivas sejam equiparadas ao casamento ou entidade familiar. Uma proposta apresentada há mais de quinze anos pelos ex-deputados Paes de Lira (SP) e Capitão Assunção (ES). Por quanto tempo mais a comunidade LGBTQIA+ vai ser governada por quem não quer governá-la, mas restringi-la?

Pastor Eurico, deputado e relator do projeto, defende que “o casamento de pessoas do mesmo sexo é contrário à verdade do ser humano”. Ele ainda afirma que o STF “usurpou a competência do Congresso Nacional”, em 2011, ao reconhecer a união homoafetiva como um núcleo familiar. Segundo o deputado, a ação distorce a vontade da lei e do povo brasileiro.

Mas o povo brasileiro também é a comunidade LGBTQIA+, embora o Censo não queira retratar isso. A vontade desse grupo é ser livre para tomar as próprias decisões, que nada e nem ninguém interfira em suas vidas, muito menos o Estado. A “família tradicional brasileira” não passa de uma farsa. E, nesses últimos anos, se tornou uma estratégia política. O Brasil é o país que mais mata pessoas transexuais no mundo, pelo 14º ano consecutivo, segundo levantamento da Associação Nacional de Travestis e Transexuais (Antra).

O País tem ainda um longo caminho a percorrer, mas a boa notícia é que a representação LGBTQIA+ no Congresso vem crescendo. Vozes como a da deputada federal Erika Hilton e do senador Fabiano Contarato se manifestaram contra as falas do pastor Eurico, demonstram que a “verdade do ser humano” está fundamentada na liberdade de expressão, de ser quem é e amar quem quiser amar, para além dos discursos discriminatório disfarçados de crença fervorosa.

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO (PUC-SP)

Reitora Maria Amália Pie Abib Andery
Vice-Reitora Angela Brambilla Lessa
Pró-Reitor de Pós-Graduação Márcio Alves da Fonseca
Pró-Reitora de Graduação Alexandra Fogli Serpa Geraldini
Pró-Reitora de Planejamento e Avaliação Acadêmicos Márcia Flaire Pedroza
Pró-Reitora de Educação Continuada Altair Cadrobbi Pupo
Pró-Reitora de Cultura e Relações Comunitárias Mônica de Melo
Chefe de Gabinete Mariangela Belfiore Wanderley

FACULDADE DE FILOSOFIA, COMUNICAÇÃO, LETRAS E ARTES (FAFICLA)

Diretor Fabio Cypriano
Diretora Adjunta Priscila Almeida Cunha Arantes
Chefe do Departamento de Comunicação MiSaki Tanaka
Vice-chefe do Departamento de Comunicação Mauro Perin
Coordenador do Curso de Jornalismo Diogo de Hollanda
Vice-coordenadora do Curso de Jornalismo Maria Angela Di Sessa

EXPEDIENTE CONTRAPONTO

Editora Responsável Anna Flávia Feldmann
Editora-assistente Rafaela Reis Serra
Secretário de Redação Carlos Gonçalves
Fotografia Lídia Rodrigues de Castro Alves
Mídias Sociais Maria Ferreira dos Santos e Manuela Troccoli

Editorias

Artes Carlos Gonçalves
Cidades Giovanna O. da Silva
Comunidade Acadêmica Amanda Furniel
Cultura Lucas Malagone
Educação Julia Takahashi

Entretenimento Paula Moraes
Esportes Leonardo de Sá
Internacional Gabriela Costa
Política Nanda Querne

Revisão Ana Luiza Pêgo, Anna Beatriz da Matta, Daniel Seiti, Enrico Souto, Fernanda Fernandes, Gabriel Porphirio Brito, Gabriela Costa, Gabriella Maya Freitas, João Curi, Julia Nogueira, Julia Rugai, Laura Mello, Marcela Foresti e Maria Sofia Aguiar

Ombudsman Fabio Cypriano

Comitê Laboratorial Cristiano Burmester, Diogo de Hollanda, Fabio Cypriano, José Arbex Jr., Maria Angela Di Sessa e Pollyana Ferrari

Capa

Fotografia Lídia Rodrigues de Castro Alves
Direção de Arte Maria Angela Di Sessa
Equipe de Produção Gabriela Costa, Gabriela Jacometto, Maria Elisa Tauil, Ramon Baratella e Vitor Nhoatto

Projeto e diagramação Alline Bullara

Contraponto é o jornal-laboratório do curso de Jornalismo da PUC-SP.
Rua Monte Alegre 984 – Perdizes. CEP 05014-901 – São Paulo/SP.
Fone (11) 3670-8205

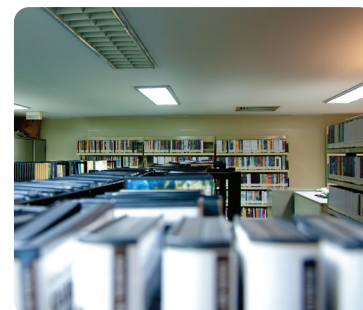
Ed. Número 137 – Setembro/Octubre de 2023

Política

O legado de ódio a jornalistas deixado pela Era Bolsonaro 4

Comunidade acadêmica

Não era só um lance 6
Do prestígio ao abandono da Videoteca da PUC-SP 9
Preservando a história: o processo de restauração da capela da PUC-SP 10
Crucifixos nas salas de aula da PUC-SP 12



© Romulo Santana

Saúde

Cordão de girassol passa a ser usado para dar espaço a deficiências invisíveis 13

Economia

Juros em queda: COPOM reduz Selic em 0,5 ponto percentual, a maior queda desde 2020 14

Cidades

Até que ponto? No Brasil, 97% das mulheres já sofreram assédio dentro dos transportes públicos 15

Ensaio fotográfico

CEAGESP 16

Cultura e comportamento

BarbieHeimer 17
Apesar da fantasia, "Barbie" também é um reflexo da sociedade 18
A Arte em greve 20
Festival Cultura e População de rua: Fome de quê? 22



© Variety

Esportes

113 anos de transformações na identidade do Corinthians 24
Camisas de time e o impacto da cultura esportiva na moda urbana brasileira 26
Economia que gira o futebol: o dinheiro que ninguém vê 28
Arábia Saudita usa o esporte para mudar a própria imagem em meio a questões com direitos humanos 30
Além do gramado: a revolução silenciosa 32
Rainha do mundo: o legado de Marta 34



© Ilustração: Davide Barco/Sports Illustrated

O legado de ódio a jornalistas deixado pela Era Bolsonaro

Momento atual merece atenção, visto que o país se encontra em um período “entre safras” afirma um dos líderes do The Trust Project no Brasil

Por Eduarda Teixeira Basso, Isabelle Maieru, Jalile Elias, Malu Araujo e Melissa Mariano Joannin



© Ilustração: Thyago Nogueira/Oficina Sal

“Você pode ter direito à sua opinião, mas você não pode ter direito aos seus fatos”. Com posicionamento firme, Francisco Rolfsen Belda, um dos líderes do The Trust Project no Brasil – iniciativa dedicada à promoção da credibilidade em veículos de imprensa – compartilhou em entrevista ao Jornal Contraponto como os ataques aos jornalistas na Era Bolsonaro fazem parte de um processo calculado de descredibilização da imprensa.

Casos de ataques a jornalistas são contabilizados pela Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (Abraji) desde do ano de 2013. Dos 376 casos de ataques aos profissionais no ano de 2022, pelo menos 104 desses (27,66%) são de responsabilidade direta do ex-presidente Jair Bolsonaro, como aponta o relatório ‘Violência Contra Jornalistas e Liberdade de Imprensa no Brasil’, lançado em 2023 pela Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ).

Para Belda, esse “modus operandi” com base nos ataques direto aos jornalistas visa deteriorar a confiança da população nos órgãos de imprensa, procurando driblar o escrutínio do criticismo que caracteriza o trabalho jornalístico.

Nem de longe esse mecanismo é uma exclusividade apenas do ex-presidente Jair Bolsonaro. De acordo com Belda, esse processo também pode ser visto em outros países europeus ou do hemisfério norte, como na Hungria, com Viktor Orbán e Donald Trump, nos Estados Unidos. O líder do The Trust Project no Brasil avalia que este fato, “permite caracterizar uma espécie de modus

operandi de governos de perfil extremista e autoritário”.

A professora e pesquisadora na área de comunicação, democracia e política da Universidade Federal de São Carlos, Lucy Oliveira, levanta que além dos ataques serem tentativas claras para “burlar” os veículos de comunicação, eles também buscam uma comunicação direta com o eleitorado do ex-presidente.

Um dos maiores vetores para essa “comunicação direta” foi por meio das mídias sociais, que culminaram em um dos maiores problemas da sociedade como um todo atualmente: a propagação das Fake News (notícias falsas). O que caracteriza o feito, é a dissipação deliberada de informações enganosas, sendo feitas por meio de descontextualização ou informações mentirosas.

Normalmente esse material acaba tendo um apelo emocional maior, o que facilita sua partilha em massa e contribui para o fenômeno visto hoje, sendo considerado um risco à democracia.

Entre os diversos motivos para o aumento do compartilhamento das fake news estão: a facilidade de compartilhamento de informação, a falta de verificação de quem compartilha, a procura de mais visualizações e a desvalorização do trabalho jornalístico profissional, que tem como objetivo levar notícias sérias e apuradas.

Principalmente no governo do ex-presidente Jair Bolsonaro, os jornalistas foram constantemente atacados, e os veículos de comunicação descredibilizados. Em 2019, ano em que o político assumiu a presidência, a Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ) também expôs no relatório publicado que o número de ataques a jornalistas, em comparação ao ano anterior, tinha subido 54,7%.

Violência como agenda política

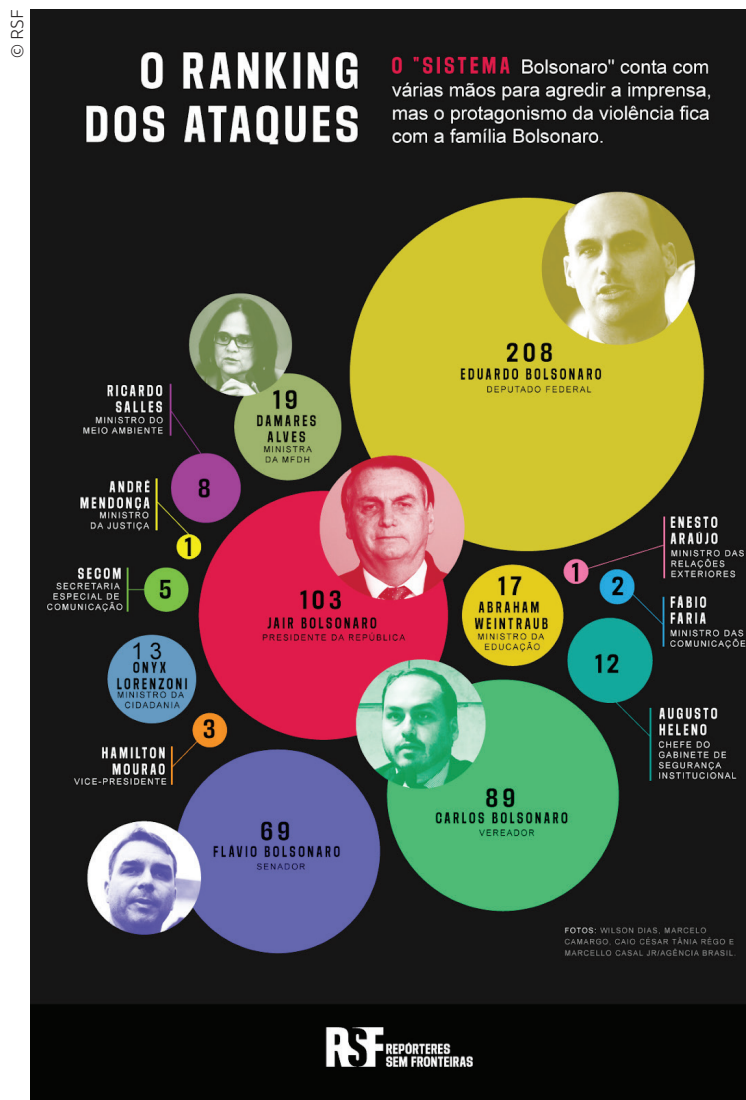
De uma maneira estratégica, as acusações contra profissionais de comunicação levam a população, principalmente os fiéis seguidores do Bolsonaro, a não acreditarem nas notícias compartilhadas por veículos oficiais de imprensa.

Na saída do Palácio do Alvorada, o ex-presidente dava breves “entrevistas” coletivas, que ficaram conhecidas como “o cercadinho”, mas se tornou um local no qual

seus apoiadores agrediram verbalmente os jornalistas. Agressões tão severas, que o sindicato chegou a fazer um pedido ao governo federal para que eles fossem obrigados a acatar medidas preventivas, proporcionando mais seguranças aos jornalistas que faziam cobertura no local.

Observando essas situações, o professor de criminologia na Escola de Ciências Sociais da “University of the West of England” na Inglaterra e pesquisador em terrorismo, João Raphael da Silva, defende que se um “ato envolveu o uso da violência, ou ameaça, isso pode ser considerado terrorismo por motivações políticas”.

Os casos que a Abraji começou a contabilizar desde 2013, mostraram que dos 114, 71 eram atentados intencionais. Um desses ataques levou um fotógrafo, que estava cobrindo as jornadas de junho, a perder seu olho esquerdo, consequência de um tiro de bala de borracha disparado pela Policial Militar de São Paulo.



© RSF

Número de ataques a jornalistas por pessoa

RSF REPÓRTERES SEM FRONTEIRAS

FOTOS: WILSON DIAS, MARCELO CAMARGO, CAIO DESAR TÂNIA REGO E MARCELLO CASAL JRI/AGÊNCIA BRASIL

A agressão policial não foi exclusiva neste episódio, já que das 114 agressões, 56 foram de responsabilidade de agentes de segurança, revelam dados da Abraji.

Mesmo com o passar do tempo, os ataques não melhoraram. No último ano de mandato de Jair Bolsonaro, em 2022, a Abraji mapeou em seu relatório “Monitoramento de ataques a jornalistas no Brasil” que os ataques cresceram 23%, resultando em 557 episódios.

O meio mais comum de ataque a categoria se deu pelos discursos estigmatizantes, a violência verbal, totalizando 61,2% dos alertas – quase um ataque verbal por dia. Depois está a categoria Agressões e Ataques, emitida em 31,2% dos alertas, que representou um aumento de 102,3% em relação ao ano passado.

De acordo com dados do Relatório da Violência Contra Jornalistas e Liberdade de Imprensa no Brasil, só em 2022, foram registrados 376 casos de agressão a jornalistas e veículos de comunicação no país, o que equivale a praticamente um caso por dia.



© Jorge William/Agência O Globo

Fotógrafo do Estádio Dida Sampaio escoltado em manifestação que cobria após ser agredido

Jornalistas mulheres sob o front: por quê?

As questões de gênero também não deixam de aparecer nos ataques à profissão. Em entrevista ao Contraponto, Silvana Andrade, jornalista e fundadora da Associação Nacional de Difusão de Adu-bos (ANDA), dedicada a proteção animal e ambiental, relatou que durante a Era Bolsonaro chegou a sofrer ameaças físicas e perseguições, chegando inclusive a ser “encurralada” enquanto voltava de um evento. Além dos danos morais, as ameaças incluem perdas financeiras à jornalista.

Silvana participa de um quadro social onde 145 casos apontados pela Abraji mostram traços explícitos de violência de gênero, apresentando um aumento de 13,1%. Novamente os discursos estigmatizantes despontam 74 casos (51% do total), seguido por ameaças, intimidação e ciberameaças.

Sobre o assunto, a professora Oliveira pontua que “violência de gênero é uma

violência estrutural” e que as jornalistas já sofriam dificuldades e violências nas suas práticas cotidianas. “É um ambiente hostil para as mulheres exatamente por ser um ambiente altamente masculinizado”, complementa.

Condenado em duas instâncias

Apesar das tantas ameaças e agressões, tanto verbais quanto físicas, a ideia da certeza da impunidade caiu por terra à medida que processos judiciais foram abertos por jornalistas e por todos os diretamente afetados por essa onda bolsonarista.

Em um processo movido pelo Sindicato dos Jornalistas de São Paulo (SJSP), Jair Bolsonaro foi condenado em segunda instância por dano moral e coletivo à categoria dos jornalistas, em um episódio inédito tratando-se de um presidente da República.

Raphael Maia destacou a derrota de Bolsonaro na justiça, fato que ganhou notoriedade internacional. “O que a gente queria era a condenação política e ele foi condenado. A repercussão foi a nível nacional e comentou-se em outros países que ele recorreu e a justiça manteve uma condenação”.

Maia diz que durante o processo arquivou matérias e entrevistas onde o então presidente atacava os jornalistas para embasar a denúncia e explica o tamanho da gravidade que ele acredita terem os ataques: “Por ser chefe do Poder Executivo, Bolsonaro influenciou muitas pessoas na máquina pública e os seus seguidores, e principalmente por conta da utilização da internet”.

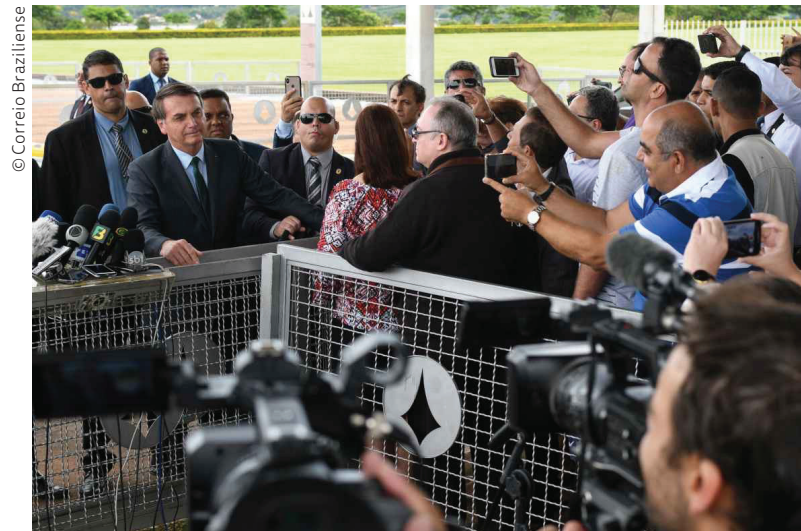
Durante o julgamento, Bolsonaro não negou os ataques, mas tentou se esquivar da culpa. Em primeiro momento, alegou estar usufruindo de sua “liberdade de expressão” e foi condenado a pagar uma multa de R\$ 100 mil.

Quando recorreu em segunda instância, disse que os ataques eram somente para “a esquerda”, do mesmo modo, entendeu-se que ele havia de ser responsabilizado. No entanto, a multa foi reduzida a R\$ 50 mil. Para Raphael, o valor é simbólico e o que importa de fato é que o ex-presidente seja responsabilizado pelos crimes que cometeu.

Para Thiago Tanji, presidente do Sindicato dos Jornalistas em São Paulo, essa vitória foi um marco importante para a história recente do país, principalmente porque reafirmou que “tem atribuições que são inerentes ao papel de um chefe de Estado e certamente atacar uma

categoria profissional não faz parte desse papel”, afirma Tanji.

Embora a categoria conte com o apoio de uma parte significativa da população, os jornalistas ainda, sim, viveram períodos sombrios nos últimos quatro anos. Em síntese, a pesquisadora Oliveira caracteriza essa agenda violenta como uma “disputa pelo poder político, porque a prática jornalística é, em si, base do próprio poder político; é base de uma sociedade democrática.”



© Correio Braziliense

“Cercadinho” usado pelo ex-presidente Jair Bolsonaro durante seu mandato

As ameaças ficaram para trás?

Embora haja um avanço notável na relação do atual governo do presidente Luiz Inácio Lula da Silva (PT) com os jornalistas, Belda ressalta que na verdade apenas se voltou à normalidade, algo que não era sentido pelo péssimo padrão de relacionamento com os órgãos de imprensa no governo anterior.

Para o líder do Trust Project no Brasil, o momento atual merece atenção, visto que o país se encontra em um período “entre safras”.

“Nós temos agora uma janela de oportunidade de dois anos para aprovar no Congresso Nacional algum arcabouço legal que limite o uso de plataformas para fins de propagação de desinformação e discurso de ódio”, uma vez que o cenário político pró democracia pode ajudar na reconstrução de um debate sadio e da valorização do trabalho jornalístico.

Para o país seguir neste caminho o poder público tem um papel fundamental na garantia do pleno exercício da liberdade de imprensa, decorrente do direito de informação. “A sociedade também está junto nisso. O poder público deve salvaguardar em todas as suas instâncias, no Legislativo, no Executivo e no Judiciário, a própria liberdade de imprensa”, ressalta Lucy Oliveira.

Não era só um lance

Rede Social Spotted PUC está para além do flerte, pautando política no campus

Por Artur dos Santos, Giovanna Crescitelli, Rafaela Freitas, Rafaela Reis Serra, Rodolfo Soares

A rede social de paquera Spotted PUC protagonizou polêmicas envolvendo o uso de catracas, políticas dos Centros Acadêmicos e postando conteúdo de cunho desinformativo sobre assaltos e ameaças dentro da universidade no ano de 2022. A página foi criada em 2011 no Facebook por alunos da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP) e funciona como um canal de integração entre os alunos, postando mensagens e fotos de flerte anonimamente.

A conta trabalha hoje com anúncios de diversos tipos de vendas, publicações informativas, críticas à PUC e se tornou um meio de comunicação informal sobre questões relacionadas à Universidade. Órgãos como a Ouvidoria e a Pró-Reitora de Cultura e Relações Comunitárias (PROCRC) desencorajam a utilização da conta para esses fins.

Surgimento

O tipo de perfil “Spotted” (do inglês, identificado, marcado) é utilizado para descobrir o nome e o usuário de um interesse amoroso. O administrador do perfil, o qual preferiu não se identificar, recebe mensagens da comunidade e as publica de forma anônima, gerando marcações e compartilhamentos de perfis “cupidos” querendo ajudar quem mandou a mensagem. Essas contas começaram a ser popularizadas nas redes sociais em meados de 2010, quando estudantes universitários passaram a criar páginas de flerte para as suas faculdades. A cultura dessas contas se proliferou nessas instituições, mantendo a premissa de arranjar pessoas interessadas.

A PUC-SP não fica de fora dessa. Com a ascensão do Instagram, a conta migrou para lá em 2019. O @Spottedpucsp, no Instagram, é o segundo maior perfil de redes sociais relacionado à Universidade, seguindo de perto o Centro Acadêmico 22 de Agosto, do curso de Direito. Descrita como “serviço de relacionamento”, conta com mais de 7 mil seguidores e um alcance de 40 mil contas (segundo uma publicação da própria página em maio deste ano). Com a magnitude de sua influência, o Spotted tornou-se um ponto de encontro para opiniões, compartilhamento de informações e discussões acerca da política interna da Universidade, angariando até mesmo fundos através de parcerias e anúncios com estabelecimentos e entidades internas.

“Viu alguém interessante na PUC e não puxou assunto? Mande sua mensagem aqui que tudo entra na página com ANONIMATO.”

Descrição da página do Spotted PUC no Instagram.

Em entrevista ao **Contraponto**, administradores da conta falaram da criação da página em 2011, no Facebook, e o intuito de integrar estudantes. Para o idealizador da rede social, a Pontifícia tem o debate político muito enraizado e, para “não excluir nenhum tipo de visão ou fazer a pessoa se sentir ‘excluída’ da página”, o Spotted diz ter abolido totalmente qualquer tipo de posicionamento político. “Recebemos pedidos de posicionamento sobre x ou y, mas nos abstermos, até porque gostamos de focar mais no core business da página”, comenta.

Além de mensagens anônimas, o atual perfil no Instagram publica anúncios de serviços diversos como achados e perdidos, cobranças pela melhoria da infraestrutura, entidades estudantis da Universidade para encaminhar os recém-chegados, além das parcerias comerciais, como marmitas, cigarros eletrônicos, café, festas das atléticas puquianas, vendas de ingressos em geral e outros, mediante pagamento ou não.

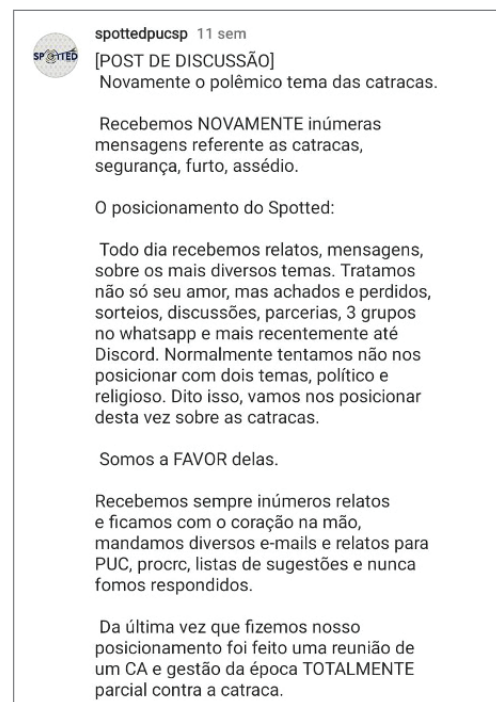
Segundo um integrante da Atlética de Comunicação, o administrador da página de flerte foi atrás deles para divulgação de seus eventos, cobrando 200 reais por um pacote de divulgação ou obtendo 10% da cota de ingressos vendidos. Ao atingir uma meta, o Spotted ganhava um vip para a festa, tornando a conta uma fonte de renda para quem a administra. Ainda de acordo com os membros, essa troca acontece com outras atléticas também.

A conta rapidamente se tornou um canal alternativo aos Centros Acadêmicos e aos próprios canais oficiais da PUC, e, segundo o criador da página, neste momento o Spotted passou a tomar uma postura mais crítica sobre a Universidade.

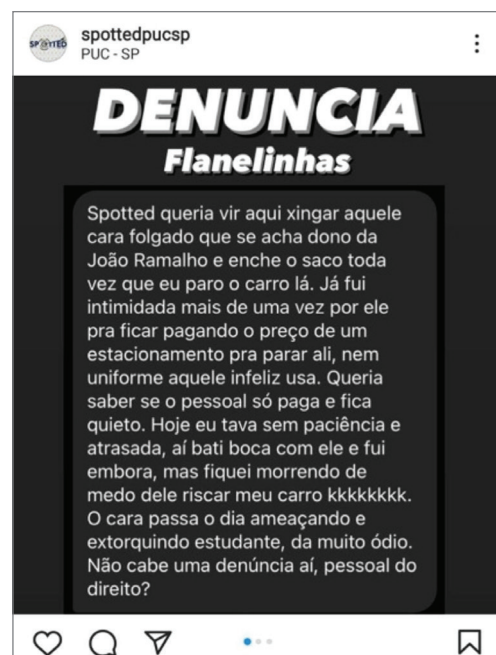
Influência política na PUC

Servindo ao propósito planejado pelo fundador, a conta Spotted também participa do dia a dia político da universidade, mantendo uma postura anônima e ativa. Um dos exemplos mais constantes nas publicações da página é a defesa à instalação de catracas nas entradas do campus Perdizes.

“Recebemos NOVAMENTE inúmeras mensagens referente as catracas, segurança, furto, assédio. O posicionamento do Spotted: (...) Normalmente, tentamos não nos posicionar com dois temas, político e religioso. Dito isso, vamos nos posicionar desta vez sobre as catracas. Somos a FAVOR delas (...)”.

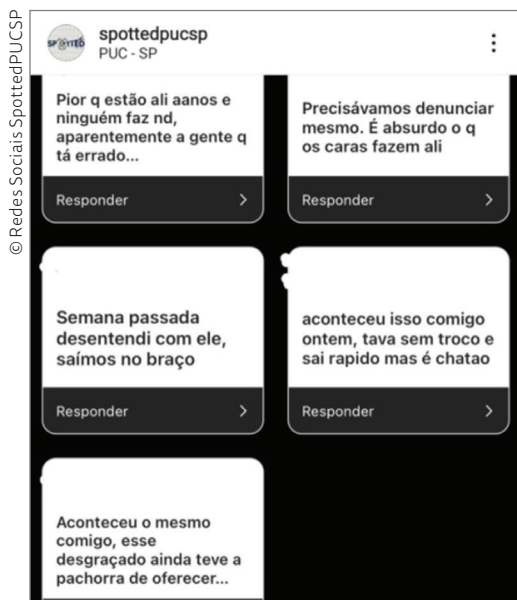


A questão de segurança é um tema recorrente na conta: pessoas enviam denúncias de furtos, roubos, estelionatos e até suspeitas republicadas sem a apuração dos fatos reportados, identificação ou atualização posterior.



© Redes Sociais SpottedPUCSP

© Redes Sociais SpottedPUCSP



Nas publicações de denúncias, são mencionadas ocorrências como intimidação na estação Barra Funda de metrô, encontros com flanelinhas nas ruas próximas à PUC, acusações de sequestro, roubos e mais, sem a postagem de boletins de ocorrência ou atualização dos encaminhamentos tomados. Segundo o perfil, eles incentivam que os estudantes façam boletins de ocorrência.

Além de relatos de roubos nos arredores da Pontifícia, que pautam uma política institucional dentro da Universidade, o Spotted também possui histórico de envolvimento com propaganda política para as eleições de Centros Acadêmicos (CAs).

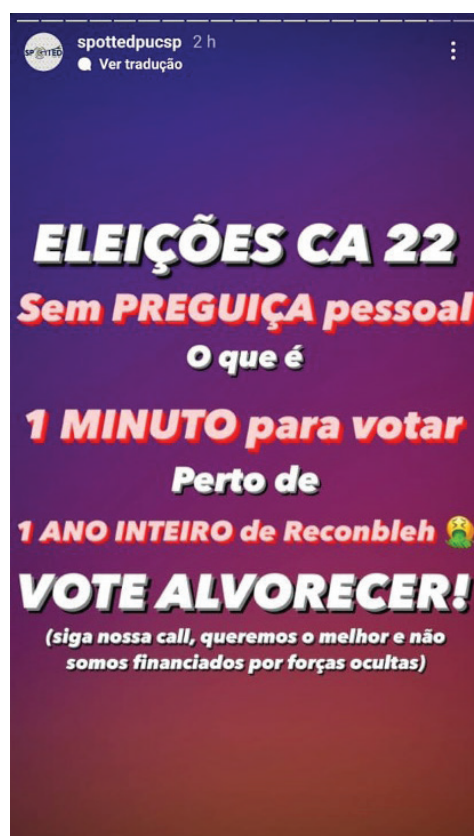
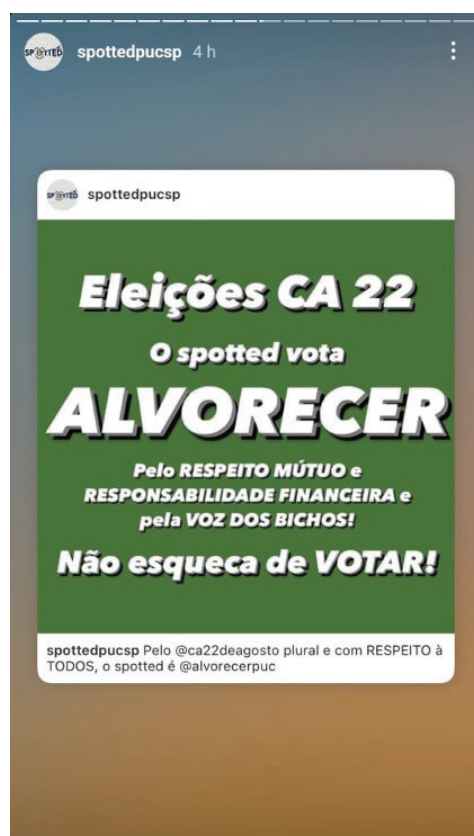
Em agosto de 2022, a chapa “CACS é para brilhar”, concorreu à gestão do CA de Ciências Sociais e recebeu apoio do Spotted. Segundo Giovanna Pignatari, atual presidente do CACS (Centro Acadêmico de Ciências Sociais), o apoio recebido não foi solicitado: “quando a gente viu que o Spotted apoiou, ficamos um tanto em choque, a gente não pediu apoio em momento algum e só postaram a favor da chapa”.

Ainda segundo a presidente do CACS, a atuação do Spotted na PUC-SP é peculiar: “As pessoas de outras universidades até estranham um pouco esse envolvimento do Spotted com a política. Desde a criação da conta, parece que eles têm essa pretensão”. Em conversa com o **Contraponto**, o fundador se contradiz ao afirmar que havia um “intuito político da página desde seu surgimento”, sendo que ele declarou anteriormente que o Spotted era livre de manifestações políticas para que ninguém se sentisse excluído.

Nos anos de 2022 e 2023, a página também se envolveu nas eleições do Centro Acadêmico de Direito, demonstrando apoio à chapa Alvorecer, atual gestão reeleita no primeiro turno, com 64% dos votos. Fontes ligadas ao Alvorecer que não quiseram se identificar, afirmaram em entrevista ao **Contraponto**, que “o período eleitoral foi bem conturbado, provavelmente chegou no Spotted e eles apoiaram a nossa chapa. Tem muita gente contrária ao

Alvorecer achando que a gente tem algum tipo de ligação com a conta. Eles apoiaram porque quiseram, foi uma coisa voluntária, não houve conversa direta, a gente até se surpreendeu quando eles soltaram”.

A fonte acrescentou que a conta é o maior meio de comunicação de estudantes e é efetivamente “catraquista” [termo utilizado por estudantes quanto à política de implementação de catracas nas entradas do campus Perdizes]. Completa que o 22 de Agosto é contra essa política e que “eles [administradores] não conseguem se pautar dentro da PUC, não estão efetivamente aqui dentro”.



Durante as eleições do Centro Acadêmico de Direito, o Spotted também protagonizou publicações contrárias à chapa do coletivo Reconvexo, gestão do CA no período da pandemia, ligado ao Partido dos Trabalhadores (PT).

Fabrizio Prado, estudante de direito e candidato à presidência pela chapa Reconvexo à época, foi um dos alvos das publicações no período eleitoral, afirmando que a página na verdade se posiciona de uma forma política, além de questionar a segurança pública. “Se posiciona de uma forma racista quando manda foto de pessoas na rua arbitrariamente dizendo que são potenciais criminosos, defendendo chapas de centros acadêmicos, bloqueando pessoas. Dando opiniões que ultrapassam a função de convivência da página. Virou um instrumento político da direita na faculdade, fake news e demais abusos que a página reiteradamente posta.”

O estudante de direito afirma que integrantes do coletivo foram expostos pelo Spotted, no qual compartilharam uma carta, sem autoria, intitulada “22 motivos para não votar no Reconvexo”. “Como vocês [Spotted] estão se posicionando dessa forma, completamente excludente e liberal, como vocês [Spotted] enquanto espaço de flerte, estão fazendo essa atuação política, mobilizando alunos, canalizando ódio, sendo que nem é a função do espaço.”

Os administradores da rede social afirmaram que o problema nesse caso foi com o Coletivo. Segundo eles, a página publicou enquetes sobre a implementação das catracas na Universidade e “membros do Reconvexo vieram com tudo, nos chamando dos mais diversos nomes, atacando o post [palavra em inglês para publicação]. Aí formulamos nossa opinião sobre o coletivo”.

Em resposta, Fabrizio declara que os ânimos estavam inflamados, foi feita uma autocrítica coletiva e assume que integrantes do Reconvexo “passaram do ponto” naquele momento, não representando o partido. “As pessoas que fizeram isso [ataques ao Spotted] nem estavam mais na chapa deste ano. Era uma questão de pauta política de um coletivo que é contrário ao que a rede social defende. Foi uma perseguição política. As ações que eles alegam ser como legítima defesa é um discurso de ódio que eles propagam e que têm até hoje em seus posts de cunho político.”

Na retomada das aulas presenciais, em 2022, o Spotted defendeu a política de catracas e muitos CAs da PUC se posicionaram contra a medida, inclusive o Centro Acadêmico Benevides Paixão, em post intitulado “O Spotted PUCSP mente”, no qual afirmou “(.) somos contra qualquer manifestação de aporofobia, somos também contra a campanha de medo instalada por alguns sujeitos e contra qualquer campanha a favor de catracas na universidade. Esta, que sempre prezou pela pluralidade e integração em sua história.”

Membros da comunidade puquiana e de CAs, à época, foram bloqueados pela página.

© Redes Sociais BenePuc



Opinião institucional

Mônica de Melo, professora de Direito Constitucional e Pró-Reitora de Cultura e Relações Comunitárias (PROCRC) na PUC-SP, descobriu o Spotted com a volta às aulas no início de 2022, quando alguns episódios em torno da Universidade “geraram uma certa demanda por segurança”. Em conversa com o **Contraponto**, a pró-reitora confirmou o recebimento de denúncias de adolescentes ao redor da Pontifícia, utilizando do pretexto de vender balas, mas com “uma abordagem um pouco agressiva”.

Seguindo as reclamações recebidas, uma espécie de “audiência pública” foi realizada de maneira remota para ouvir a opinião de estudantes sobre as denúncias. Segundo ela, publicações do Spotted sobre o assunto alertaram a PROCRC.

“O que eu acho complicado do perfil, inclusive como professora de Direito Constitucional, é a liberdade de manifestação de pensamento e opinião. A Constituição de 88 criou um sistema que evita ao máximo qualquer tipo de censura, mas diz expressamente que é proibido anonimato, porque alguém eventualmente pode causar dano e prejuízo através de *fake news* ou envolvimento em temas institucionais sem apurar informações. Se causar dano à Universidade, essas pessoas vão ter que responder criminalmente.”, diz Mônica de Melo da PROCRC.

Mônica também afirmou que, após o evento, contas relacionadas à Universidade passaram a ser monitoradas por uma assessoria dentro da Reitoria da PUC com o intuito de “nos municiar com o que está acontecendo, para que possamos ter elementos para conversar com a comunidade. Para ela, “o nosso papel enquanto instituição é trazer racionalidade a esse debate, sem descuidar de garantir segurança”.

Fake News

Após ataques às escolas durante o primeiro semestre de 2023, a conta Spotted republicou postagens consideradas falsas sobre uma suposta ameaça de ataque à PUC Perdizes. A foto em questão, publicada nos *stories* mais de uma vez, retratava um banheiro com azulejos azuis-claros, pichado com ameaças nazistas de um massacre na universidade. Mais tarde, foi comprovado que a foto era de um banheiro de um campus da UNIP (Universidade Paulista), no bairro de Tatuapé, zona leste de São Paulo.

Em um período de poucas horas, grupos foram acionados e a mensagem se espalhou pela comunidade acadêmica, afastando alunos da universidade na data anunciada pela ameaça, mesmo com a garantia de segurança proclamada pela reitoria em um e-mail enviado no dia 11 de abril deste ano.

A pró-reitora de Cultura e Relações Comunitárias afirmou que a universidade mantém contato frequente e direto com o batalhão da PM (Polícia Militar) responsável pelos arredores do campus Perdizes. “Quando dizemos que não há razão para pânico, é porque também estamos em contato com órgãos de segurança. Eles [Polícia Militar] sabem e monitoram o bairro, tem como ter uma previsibilidade.”

Sobre a atuação da conta no episódio, Mônica conclui: “esse perfil simplesmente replica, e mais do que isso, costuma opinar, o que é mais sério ainda. Eu queria acreditar que há uma boa-fé, mas me parece que é tudo em busca de engajamento”.

Para o Centro Acadêmico 22 de Agosto, a situação também foi delicada. Segundo fontes ligadas à gestão, o CA já tinha imaginado a ocorrência de algum rumor na PUC quando começaram os ataques nas escolas. Para 12 de Abril, dia mencionado nas falsas ameaças, a gestão chegou a conversar com a Reitoria, que garantiu o não cancelamento das aulas, além de um alerta aos seguranças da Universidade. “Quando o Spotted solta [a *fake news*], a gente se sente pressionado a soltar uma nota se contrapondo a isso. Foi tratado internamente, e bem rápido”.

Exposição

A opinião do corpo discente da PUC sobre o Spotted é dividida. Para Flora, estudante de Ciências Sociais, a conta é uma ferramenta utilizada principalmente pelo público pagante da Universidade, o que causa uma baixa representatividade nas postagens: “é muito difícil de ver uma pessoa preta no Spotted, uma pessoa trans”. Quanto às denúncias e suspeitas de assalto publicadas na página, Flora afirma que “comentários acabam sendo racistas, principalmente em

relação a roubos e pessoas que frequentam a Ministro

de Godói. Comentários a respeito de suspeitas focados no recorte do estereótipo da pessoa”.

As postagens anônimas da página dão liberdade a quem solicitou a publicação e nem sempre têm resultados positivos para quem é exposto. Em entrevista à reportagem, uma estudante, que optou por permanecer anônima, confirmou que foi assediada nas redes sociais mais de uma vez após aparecer em algumas postagens do Spotted. Ela ainda reforçou que as publicações permaneceram no ar mesmo pedindo repetidas vezes para que fossem apagadas:

“Quando veio a foto, me reconheceram e essa foi a pior experiência. Muitos meninos do curso de economia vieram e mandaram comentários para mim falando do meu corpo e da minha aparência, desrespeitaram meu namorado, ‘esculacharam’ muito ele, inclusive. Eu decidi mandar mensagem para a conta. Me disseram que não ia adiantar, que ele não lê as DM’s [do inglês, Direct Message, mensagem privada] então eu decidi ignorar, bloquear as pessoas até que viessem mais publicações na página para me esquecerem”.

Para a estudante, a exposição da postagem e os assédios por rede social causam medo, na expectativa da importunação passar a ser física: “eu fiquei muito assustada porque eu não sabia o que as pessoas iam achar de mim. Eu andava por aí olhando para os lados, pensando ‘será que vão tirar foto de mim, será que me reconheceram? Será que vão me assediar?’”.

Há quem apoie a conta, reconhecida até pelos centros acadêmicos e coletivos como o canal mais acessado relacionado à PUC. Marcos, do curso de Economia, se refere ao Spotted como algo que consegue unir os estudantes: “eu acho que, por ser uma conta do instagram, uma conta de aluno, você consegue juntar todo mundo”. Sobre as propagandas, o estudante comenta: “eles conseguiram achar um nicho pra fazer um *business* e estão conseguindo tocar isso pra frente”.

A atuação política que a página às vezes apresenta, entretanto, é conflitante entre os estudantes. “Esse negócio de ficar fazendo propaganda para partido eu acho ‘zoadó’”, afirmou Caio, estudante de Direito, ao **Contraponto**. “O Spotted é parcial em assuntos que ele não deveria entrar. Um exemplo evidente foi a eleição para o Centro Acadêmico 22 de Agosto. Eu acho que eles colocam muitas opiniões que fogem da finalidade da conta.”, completou Sáhira, também estudante de Direito.

A PROCRC e a Ouvidoria afirmam que, em caso de denúncias de assédio, roubos, furtos ou correlatos, sejam acionados os meios legais ou os canais oficiais da Universidade, através da abertura de boletins de ocorrência, para que seja possível contabilizar os casos e enviá-los ao poder público, culminando em medidas efetivas e cabíveis.



© Deco Benevides

Do prestígio ao abandono da Videoteca da PUC-SP

Para Ana Salles criadora do setor, sua existência se deve ao empenho dos alunos, que agora lutam pela preservação do acervo histórico

Por Beatriz Yamamoto, Romulo Santana e Vitória Souza

Ao entrar na Biblioteca Nadir Gouvêa Kfourí é possível visualizar no solo um amplo retângulo azul, ocupado por uma estante de livros do Direito. A razão de sua existência encontra-se atrás de uma porta no espaço reservado aos funcionários, onde anos de história estão arquivados no que já foi a prestigiada Videoteca da PUC-SP, contendo filmes, documentários e até mesmo palestras de mestres notáveis da instituição, como o professor Paulo Freire.

Em 1985, surge uma parceria entre a universidade e a companhia de petróleo Cia Atlantic, com o objetivo de levar o cinema aos alunos. Nesse contexto, a então reitora, Leila Bárbara, foi a responsável por intermediar o encontro entre a instituição e a coordenadora da biblioteca na época, Ana Salles Mariano. A ideia era montar uma videoteca no ambiente acadêmico. Seria mais que um mero acervo de filmes e se transformaria em um centro de difusão audiovisual.

A partir daí, as salas, antes rudimentares, ganharam vida por meio dos grafites de Rui Amaral, atraindo jovens e deixando a biblioteca com visual mais vibrante. O formato VHS foi escolhido como ferramenta para levar clássicos do cinema aos estudantes.

Inicialmente, a Atlantic disponibilizou mensalmente dez títulos em cópias de produções cinematográficas. Mas, essa abordagem logo se revelou questionável, à medida que as regras de difusão do vídeo se consolidavam. Então, reconhecendo a natureza pirata dessa prática, as doações foram suspensas pela companhia e foi solicitada a destruição de parte do acervo.

Neste momento, a Associação Brasileira do Vídeo Popular (ABVP) entrou em cena, fornecendo uma variedade de documentários e filmes que passaram a ser disponibilizados para empréstimo, criando uma dinâmica nova na videoteca. Vídeos usados em sala se mostraram uma abordagem promissora, debates mensais foram organizados, envolvendo diversos professores e formas de explorar as possibilidades educacionais do audiovisual.

O impacto do setor se estendeu além dos limites da PUC. Mais de quatrocentas escolas públicas foram vinculadas ao projeto, utilizando os recursos da videoteca para enriquecer suas práticas educacionais. A biblioteca, um local de estudo, transformou-se em um centro de cultura e difusão audiovisual, sendo reconhecida inclusive na mídia tradicional.

Ana Salles, fundadora da Videoteca, relata que foi um período enriquecedor, sustentado pelo entusiasmo dos estudantes que frequentavam a videoteca. Segundo ela, aos sábados, muitas pessoas compareciam à universidade para aprender a manusear a câmera VHS. Com o tempo, conseguiram adquirir outras câmeras, algumas até doadas pela reitora, e passaram a documentar eventos significativos na PUC, como palestras e seminários.

Após a reforma da biblioteca finalizada em 1999, foram criadas as 5 “colméias”. Espaços disputados, que continham um reprodutor de DVD ou *blu-ray*, VHS e uma televisão de tubo, que podiam ser utilizados por três pessoas simultaneamente. Mediante um agendamento, com o preenchimento de uma ficha de solicitação do material.

Atualmente, o acervo tem sofrido deterioração, visto que não há uma equipe que faça o processo de conservação. É possível pegar qualquer DVD ou VHS da antiga videoteca emprestados, a partir do “*call number*” disponível na pesquisa integrada no site da biblioteca, porém o interessado deverá dispor de meios para assistir ao material.

Em rápidas pesquisas no acervo, através dos dados fornecidos pelo mecanismo de pesquisa, foram encontradas algumas das últimas aulas do educador Paulo Freire. Há uma série de 8 DVD’s do curso de pós-graduação, produzidos em 1993 e um VHS sob o título “Alfabetização e Miséria” datado de 1996, meses antes de sua morte.

Salles reafirma o tamanho e a necessidade do capital humano para o funcionamento do setor. “Eu tinha sempre quatro ou cinco estagiários e então tinha atendimento na videoteca nos três períodos”, relata. Com uma grande equipe, que realizava pesquisas buscando agregar o acervo, era comum realizarem mostras a fim de converter o orçamento na produção de conteúdo. Wagner Rezende Junior, o último funcionário da videoteca, foi responsável pela digitalização do conteúdo autoral da PUC e relata que, em 2012, a reitoria optou por descontinuar a videoteca, sem explicar o motivo.

Agora funcionário da TV PUC, Rezende Junior informa a existência de um equipamento que fazia a conversão dos VHS em discos, que se encontra desativado por falta de manutenção. Os bibliotecários também relatam que os processos de digitalização do acervo autoral foram paralisados permanentemente, uma vez que a ouvidoria teria recebido uma denúncia. A denúncia acusava a videoteca de realizar cópias ilegais de conteúdos não pertencentes à Pontifícia.



Espaço destinado às colméias ocupado por uma estante

Durante o fechamento dessa matéria, o almoxarifado da Pontifícia foi contatado afim de obter informações sobre os equipamentos retirados da biblioteca. Um funcionário do almoxarifado informou que o setor de patrimônio fica responsável pelo leilão dos artigos lá presentes. Quando contatado por telefone, o funcionário do patrimônio informou que a entrada no pregão, por meio do site WWW.loteleiloes.com.br, depende da análise técnica dos eletrônicos pela DTI. Quando contatado o DTI, não atendeu à ligações.

Antônio Pedro Maricato, coordenador de bibliotecas da PUC-SP, supõe que a retirada das colméias foi feita em meio a pandemia, mas questiona a motivação da retirada por completo dos equipamentos, sem deixar ao menos um para acesso ao acervo. Como solução ele localizou na tarde de 4 de setembro, na DTI – Divisão de Tecnologia da Informação da Universidade um aparelho *Blu-ray* e um VHS, que segundo ele, foram reinstalados em uma sala da Biblioteca para uso dos alunos.

Quando perguntado sobre a conservação dos itens, Antônio afirmou que a videoteca passa pelos mesmos processos que a biblioteca, já que a sala detém controles de umidade e temperatura. Sobre a digitalização do acervo, Maricato prevê que será necessário um estudo intersetores, que busque reavaliar o acervo e realizar a conversão do material remanescente, dos quais a Pontifícia possui os direitos autorais, como as aulas gravadas do professor Paulo Freire.

A reportagem atestou que os equipamentos ainda não estão funcionando, a biblioteca aguarda o atendimento de um chamado da DTI, por falta de um cabo que liga os meios de reprodução do vídeo ao monitor disponibilizado pela PUC-SP.

Preservando a história: o processo de restauração da capela da PUC-SP

O restauro começa com estudos que investigam a arquitetura original da Paróquia e se desdobra na sua preservação como um acervo histórico, cultural e de fé

Por Ana Julia Bertolaccini, Fernanda Travaglini, Giulia Fontes Dadamo, Julia da Justa Berkovitz e Livia Machado Vilela

No bairro das Perdizes, a igreja do Coração Imaculado de Maria, a Capela da PUC, é sede e matriz da Paróquia Universitária de São Paulo, criada em 30 de abril de 1965, e da Paróquia Territorial do Coração Imaculado de Maria, erigida em 21 de agosto de 1967. Mas sua história começa 280 anos antes, no século XVII.

Com o desejo de fundar, em São Paulo, uma casa para mulheres cristãs que desejassem seguir a espiritualidade de Santa Teresa de Ávila, o primeiro bispo do Rio de Janeiro mandou construir o Recolhimento de Santa Teresa, inaugurado em 1685 no centro de São Paulo.

Em 1913, a pedido do arcebispo de São Paulo dom Duarte Leopoldo e Silva, religiosas do Rio de Janeiro também vieram viver no recolhimento da Praça da Sé, para ali implantar a regra carmelitana de Santa Teresa. O recolhimento se tornaria, então, Mosteiro Professor da Ordem das Carmelitas Descalças de Santa Teresa.

À espera de que se construísse seu novo lar, com estrutura e localização mais adequadas às exigências da vida conventual, o bairro das Perdizes, na Zona Oeste, acolheu o novo convento em 1923. Sua capela, hoje Matriz da Paróquia Imaculado Coração de Maria, foi inaugurada no mesmo ano, mas só ficaria pronta, com todas as ornamentações, em 1936.

Vinte anos depois, o arcebispo e primeiro cardeal de São Paulo, dom Carlos Carmelo de Vasconcelos Motta, criou em 1946 a Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Para acolhê-la fisicamente, o amplo Convento das Perdizes apresentou a arquitetura ideal. Ao cederem o terreno e o prédio em 1948, as carmelitas contribuíram não apenas para o nascimento de uma nova universidade, mas também para o desenvolvimento de uma viva comunidade paroquial.

Em 1965, o capelão padre Benedito de Ulhoa Vieira solicitou ao arcebispo dom Agnelo Rossi a criação de uma Paróquia Universitária. Sua matriz: a Capela da PUC. Dois anos depois, a mesma igreja viria a se tornar matriz da Paróquia Imaculado Coração de Maria.

O estilo arquitetônico da igreja

No início do século XX, em um Brasil recém-constituído como nação, os resquícios culturais, artísticos e arquitetônicos deixados pelo colonizador português eram onipresentes. Unindo elementos desta cultura e de outras em solo brasileiro, a Paróquia Imaculado Coração de Maria se *autodefine* como um edifício em 'estilo colonial brasileiro'.

Isso significa que os elementos construtivos e ornamentais portugueses estão presentes na concepção, porém, foram interpretados em um contexto brasileiro.

Não à toa, algumas características da Capela da PUC são semelhantes a outras construções no país.

No entanto, a decoração não deixa dúvidas da influência europeia, como aponta a pesquisadora da UNICAMP, Myriam Salomão em estudos. Azulejos portugueses e as pinturas do brasileiro Pedro Corona, artista que desenvolveu sua técnica na Europa e influenciou a formação de arquitetos brasileiros importantes, lembram estilos do velho continente: técnica *marouflage* com tinta à óleo, adoração à Santa Teresa, espanhola, e pinturas espolhadas pelos tetos e paredes.



© PUC-SP

Igreja na Rua Monte Alegre



© Wikipédia

Igreja de Santa Rita de Cássia



© Myriam Salomão

Tetos na Capela da PUC



© Myriam Salomão

A importância da restauração

Em entrevista exclusiva ao **Contraponto**, Sidney José Fisher, restaurador, e Kátia Regina Magri, artista plástica, detalham a investigação das estruturas e das obras de arte originais presentes na Paróquia Imaculado Coração de Maria, que é também conhecida como Capela da PUC. Esse estudo marca o início do projeto de restauração da igreja.

Segundo Sidney, a equipe de investigação para o restauro conta com um arquiteto que faz o diagnóstico de problemas estruturais, e pela equipe artística que é responsável pela restauração das imagens e das pinturas nas paredes.

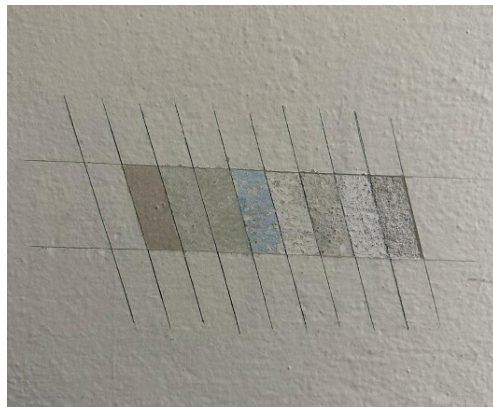
Com a ajuda do seu auxiliar Lion Batista Gonçalves, Sidney realiza a identificação das cores e padrões originais da igreja, para que a restauração seja executada com a máxima fidelidade ao seu estado original. Após esse levantamento, eles são responsáveis pelo trabalho braçal de deixar a parede “lisinha” e pronta para ser restaurada, enquanto sua esposa Kátia, artista plástica, realiza o retoque artístico.

Com experiência de mais de 35 anos na área e quase três décadas à frente de sua própria empresa “KRM Restaurações e Conservação”, Sidney admite que a parte mais difícil desse processo é decidir como intervir. “Apesar de todo o conhecimento, pode acontecer de na prática não dar certo. E há muita crítica no seu trabalho, especialmente quando se faz algo que destoa do que os outros estão fazendo”.

A restauração é necessária não devido a erros do passado, mas porque, no caso dos prédios da PUC-SP, 95% dos materiais usados na época da construção eram à base de óxido de cálcio, também conhecido como cal.

O desgaste natural da argamassa ocorre devido à umidade, sem comprometer a integridade estrutural. A água da chuva, por exemplo, por ser alcalina, entra em contato com o cal, um sal, e gera uma reação química que acelera o processo de deterioração da argamassa. Por isso, as autoridades públicas exigiram a contratação de uma equipe que investigasse a estrutura da igreja para poder restaurá-la.

Pensando nisso, a universidade também contratou o fotógrafo Fernando Fortes, responsável pelo acervo fotográfico da Cinemateca Brasileira ao longo de mais de uma década. Sua tarefa envolve produzir um acervo que contará com fotos de cada milímetro da igreja, oferecendo uma visão detalhada tanto do processo de



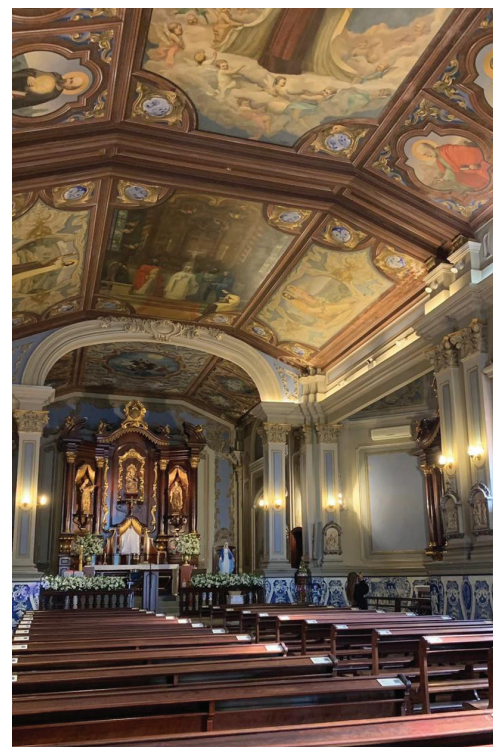
© Livia Vilela

Estudo das camadas das paredes internas da igreja. A raspagem é feita à mão, evidenciando desde a estrutura original até o último revestimento



© Julia Berkovitz

Raspagem de investigação feita no segundo andar da igreja que revela a arquitetura original



© Giulia Fontes

Interno da Paróquia Imaculado Coração de Maria



© Livia Vilela

Raspagem realizada no primeiro piso da igreja indicando 10 camadas de pinturas

investigação quanto da restauração desse patrimônio histórico.

A identidade de uma sociedade é, em parte, construída a partir de seu patrimônio histórico. É como um registro do que foi presenciado ao longo dos anos naquele local, permitindo que as gerações presentes e futuras acessem uma memória autêntica e construam uma compreensão realista do que ocorreu lá.

No caso da capela, são esses 100 anos de experiências compartilhadas por fiéis, padres, bispos e indivíduos de diversas culturas e vivências, que deixaram a sua marca no lugar.

A Pontifícia Universidade Católica de São Paulo foi criada a partir da igreja, e esses 77 anos da instituição estão inseri-

dos no mesmo contexto histórico e social da paróquia, que sofre, muitas vezes, as consequências do que acontece entre os alunos, professores e funcionários da organização estudantil.

Para que o passado de um lugar seja compreendido, é necessário retomar suas raízes culturais e artísticas, que estão intimamente vinculadas ao comportamento de um determinado grupo social e a acontecimentos históricos que influenciam diretamente o presente; os quais, portanto, não podem ser esquecidos. A restauração, além de preservar essa herança, serve para manter a instituição em boas condições para todos que frequentam e possam vir a frequentar o local.

Crucifixos nas salas de aula da PUC-SP

Fundação São Paulo instala símbolo religioso cristão nas salas de aula, reafirmando uma fé que não é compartilhada por toda sua comunidade

Por Amanda Furniel, Maria Eduarda Moura e Yasmin Solon

Com a volta às aulas, os alunos da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo encontraram nas salas de aula um símbolo católico, que não ocupava seu espaço antes das férias. Agora, todas possuem um crucifixo pendurado logo acima do batente da porta. A atitude levantou questionamentos entre a comunidade puquiiana, considerando histórico de liberdade de expressão e pluralismo da universidade.



© Amanda Furniel

Crucifixo em uma das salas de aulas do prédio novo

O crucifixo é um símbolo de fé e adoração cristã. A cruz simboliza Jesus Cristo sendo crucificado, o maior ato de amor e perdão na religião católica. Pode ser interpretado também como uma constante lembrança das consequências de pecado, sendo que Jesus morreu na cruz para salvar os filhos de Deus do pecado.

A Fundação São Paulo (FUNDASP) enviou por e-mail uma nota a toda comunidade universitária anunciando a instalação dos crucifixos. “A Fundação São Paulo instalou nas salas de aula e laboratórios de suas mantidas uma ‘cruz’, como sinal de sua identidade e de seus compromissos”.

Democracia puquiiana

A conexão com a Igreja Católica é uma vértebra inseparável da administração da universidade. Seu mais alto cargo é o de Grão-Chanceler, sempre atribuído ao Arcebispo Metropolitano de São Paulo, hoje ocupado por Dom Odilo Sheer. Ademais, o Estatuto da PUC-SP, que rege as condutas que a PUC se propõe a cumprir – e com a qual os estudantes concordam quando assinam o contrato da matrícula – apresentam cláusulas que funcionam no papel, mas se contradizem na prática.

No documento de 2019, a universidade se propõe a “ministrar o ensino superior [...] coerente com os princípios da ética cristã e da doutrina católica”, além de atribuir ao Conselho de Cultura e Relações Comunitárias (CECOM) a função de “apoiar as ações da Pastoral da PUC-SP, como meio de promover a presença eclesial e o diálogo ecumênico e inter-religioso no interior da comunidade universitária”. O quanto os princípios católicos em sala de aula influenciam no pluralismo da discussão?

Uma das tensões entre a FUNDASP, alunos e professores foi quando Dom Odilo nomeou a professora Anna Cintra para o cargo de reitora em 2012, apesar de ser a terceira mais votada dentre a lista tríplice. Isso gerou uma paralisação no Campus da Monte Alegre e contou com uma performance-protesto do Teatro Oficina.

Mais forte que o protesto foi a resposta da PUC. Cintra, que cumpriu o mandato de reitora regularmente, abriu uma investigação interna contra docentes suspeitos de ajudarem a orquestrar a performance. O caso só foi arquivado depois de pressão dos alunos e de intelectuais estrangeiros. Ainda assim, em 2016, o Tribunal Superior do Trabalho (TST) reconheceu e reafirmou a ilegalidade da greve de 2012.

A PUC-SP é um símbolo de resistência e democracia há décadas. Os valores que a universidade passa para não só à sua comunidade acadêmica, mas também ao público geral, é de liberdade conquistada após uma longa história de repressão, sobretudo no período do Regime Militar, entre 1964 e 1985. Recentemente, foi tomada a decisão, também por parte FUNDASP, de aplicar medidas para aumentar a presença de pessoas negras no corpo docente. Entretanto, logo em seguida, anuncia-se a implantação de um símbolo religioso nas salas de aula, que reafirma uma fé que não é compartilhada por toda a comunidade.



© Reprodução/Exame

Protesto contra a posse de Anna Cintra

Sinais ambíguos

O efeito desses símbolos por si só é pequeno, mas toma outra proporção se colocado em perspectiva com os últimos 15 anos e com o futuro da instituição. “Se foi uma decisão isolada, menos pior, pois só causa um incômodo pontual. Agora, se isto é parte de um plano da PUC de aprofundar a característica católica-apostólica em detrimento do pluralismo religioso, aí é uma situação muito grave”, avalia José Arbex, jornalista e professor da PUC-SP. Quando posto lado a lado do atrito entre quem habita o campus e quem o comanda, as cruces são um sucinto, mas evidente, ato de reafirmação, visto que a decisão foi anunciada sem qualquer tipo de consulta antecedente.

Arbex também menciona outra situação em que a Fundação São Paulo interveio de forma autoritária, quando um professor da PUC-SP sugeriu a criação da Cátedra Michel Foucault e foi barrado pela instituição. A universidade chegou a oferecer áudios de Foucault para estudo e preservação, porém o material foi negado. “Foucault, um professor francês assumidamente homossexual, criou sua própria linha de filosofia que afronta os princípios do cristianismo, segundo a ala mais conservadora da igreja católica. Se o crucifixo está na mesma linha, então essa é uma tendência preocupante”, explica.

Ameaça ou não, os estudantes da universidade, principalmente aqueles que seguem religiões de matriz não-cristã, acreditam que as cruces sejam uma adesão deslocada do tempo. “Considerando que a PUC é uma faculdade católica, não foi uma grande surpresa, mas ainda assim é revoltante, já que foi motivada por um ideal religioso, do qual nem todos os alunos são adeptos. Se você abre a faculdade para o público, o bem estar de quem tem uma crença diferente ou nenhuma também deve ser respeitado”, comenta a estudante de jornalismo Gabriela Figueiredo.

“Seria uma gentileza da PUC não ter essas imagens em sala de aula para ressaltar a diversidade religiosa que a Universidade abriga. Para quê isso em 2023?” comenta Leticia Royzen, que é judia e está no curso de direito. A aluna Fernanda Moraes, sincretista, sugere: “Notei as cruces quando o semestre começou e fiquei imaginando qual critério foi tomado para decidirem aquilo. Não teria sido melhor reformar as salas?”.

O **Contraponto** entrou em contato com a assessoria de imprensa da FUNDASP durante os meses de apuração e desenvolvimento da reportagem; agosto e setembro. Mas não obteve nenhuma resposta até o momento da publicação do jornal.

Cordão de girassol passa a ser usado para dar espaço a deficiências invisíveis

Senado Federal sanciona lei que habilita acessório não-obrigatório para auxiliar na inclusão de PCD's

Por Bárbara More, Larissa Isabella, Livia Veiga Andrade

O Senado brasileiro sancionou a Lei 14.624 que formaliza a fita com desenhos de girassóis como símbolo nacional de pessoas com deficiências oculares ou não aparentes. O acessório não é de uso obrigatório, mas visa facilitar o dia a dia dos pacientes e diminuir alguns constrangimentos que podem acontecer em grandes estabelecimentos.

A escolha da flor de nome científico *Helianthus Annus* foi justificada pelo Instituto Mano Down, que apoiou a sanção da lei: "O cordão de girassol é um acessório utilizado como símbolo de conscientização e apoio a pessoas autistas e com deficiências ocultas. Inspirado na beleza e resiliência dos girassóis, esse cordão representa solidariedade e compreensão. Além disso, o cordão possibilita a identificação e a conexão entre pessoas que possuem essas mesmas condições, permitindo a formação de redes de apoio e proporcionando um senso de pertencimento", declarou em nota divulgada pelas redes sociais.

Algumas doenças invisíveis podem ser mais difíceis de serem diagnosticadas pelos médicos e reconhecidas em momentos corriqueiros. Exemplos dessas enfermidades são baixa visão, fibromialgia, TDAH (Transtorno de Déficit de Atenção e Hiperatividade), surdez, diabetes, asma, limitações intelectuais e doenças cognitivas. Além do cordão de girassol, pessoas com TEA (Transtorno do Espectro Autista) também podem vestir a fita de quebra-cabeça, utilizada mundialmente para a identificação de neuro-divergências. Os transportes públicos da cidade de São Paulo já contam com a imagem da fita adesivada no vidro como indicador de que o portador tem direito ao assento preferencial.

O símbolo do quebra-cabeça foi criado em 1963 por Gerald Gasson, membro do conselho da *National Autistic Society*, de Londres, na Inglaterra. A intenção era mostrar as dificuldades de compreensão que

são enfrentadas pelas pessoas que se encaixam no TEA e o fato de não conseguirem se encaixar com facilidade na sociedade.

Marina Monteiro de Sousa Maia Lopes, que trabalhou como acompanhante terapêutica (AT) durante dois anos em uma clínica de intervenção comportamental especializada no atendimento de indivíduos no espectro autista, ressalta que o uso do cordão é fundamental para a garantia do bem-estar da criança com TEA. "É de extrema importância as pessoas neurodivergentes ou com deficiências invisíveis utilizarem o cordão para o reconhecimento em um ambiente. Às vezes o paciente está tendo algum comportamento disruptivo e as pessoas não entendem. De forma bem generalizada, se o cordão estiver ali, vão entender que se trata de alguém passando por uma crise sensorial. É mais pelos outros enxergarem o lugar daquela pessoa com uma deficiência que a gente não consegue enxergar", analisou.

Ao ser questionada, a estudante de psicologia de 22 anos de idade explica como as escolas devem estar preparadas para receber alunos neurodivergentes. "Em primeiro lugar, o professor com o aluno neurodivergente precisa se colocar no lugar do estudante, no lugar da mãe e no lugar de quem cuida. Não é fácil, às vezes a criança terá enormes dificuldades para acompanhar a turma", ela ressalta: "para a criança poder ter melhor rendimento escolar, também é importante manter contato com a família, com a clínica responsável e com o terapeuta que está fazendo o acompanhamento escolar para adaptar as atividades para o rendimento ser melhor."

O apoio tanto familiar, quanto estudantil, é fundamental para as crianças poderem se desenvolver da melhor forma. Marina explica que um dos modelos escolares que já acompanhou preza pela adaptação dos alunos, respeitando os limites das crianças, tornando sua função quase que de observação em caso de crises sensoriais.

"De modo geral, com escolas inclusivas que respeitam o tempo da criança, uma boa rotina seria intercalar as atividades com intervalos. Deixar esse aluno um pouco mais livre para poder descansar entre as demandas e contar com o apoio do AT para manejar qualquer comportamento social, além de deixar a parte pedagógica com o professor e respeitar o limite da criança quando ela precisar de um intervalo."

No entanto, a professora Andrea Savoia, que leciona para um grupo de dez alunos, com idades de sete e oito anos, revelou que em sua classe três dos pequenos



Cordão de girassol

são neurodivergentes e não recebem apoio de profissionais específicos. Ao falar sobre seu trabalho em salas de aula, Marina explica não haver uma metodologia unificada. Por conta dessa divergência, a jovem sente que sua função se torna cada vez mais difícil, como também apresentou Andrea ao lembrar que seus alunos não têm apoio individual.

"Querem que o AT assuma a pedagogia, que era para ser do professor. Se for uma criança que precisa de apoio e suporte constante para fazer a atividade da escola, é uma função do professor, não da AT que não tem a pedagogia. Eu, que não tinha pedagogia de ensinar o inglês ali para criança, me vi obrigada pela professora a fazer", desabafa a professora.

A proposta anunciada pelo governo de Tarcísio de Freitas de utilizar materiais 100% digitais no estado de São Paulo gerou fortes críticas sobre a sua viabilidade e como afetaria crianças neurodivergentes ou portadoras de deficiência. Apesar de o projeto não ter seguido adiante, um debate foi iniciado sobre a questão da educação inclusiva. Para Marina, a implementação de aparelhos eletrônicos nas escolas para substituir as apostilas precisa ser tratada com muito cuidado, pois expor a criança à tela por muito tempo pode prejudicar o aprendizado.

"A implementação da tecnologia em sala pode ser benéfica se for controlada, em alguma atividade ou outra. A gente tem que pensar que a criança também provavelmente tem acesso a tela fora da escola. A neuroestimulação 100% do tempo pode acarretar num declínio cognitivo, o que não é nada bom. Tem coisas a ganhar, mas tem que se atentar para não ser mais maléfico do que benéfico."



Cartão de identificação da pessoa com deficiência invisível

Juros em queda: COPOM reduz Selic em 0,5 ponto percentual, a maior queda desde 2020

Taxa básica de juros vai a 13,25% ao ano; entenda como a política monetária pode afetar a renda da população brasileira e ocasionar um cenário desigual

Por Giovana Bosak e Laura Teixeira

pela primeira vez em três anos, o Comitê de Política Monetária (COPOM) promoveu um corte de 0,5 ponto percentual na taxa Selic, que passou de 13,75%, a maior desde 2016 (14,25%), para 13,25% ao ano. A redução foi puxada pela queda da inflação nos últimos meses.

A inflação, que acumulou mais de 12% nos 12 meses até abril de 2022, caiu para 3,16% em junho deste ano, conforme dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Segundo Paulo Romaro, economista e professor na área de finanças da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP) a expectativa é que a taxa continue caindo. Contudo, não é o suficiente para um crescimento de longo prazo. “O que é eficaz nesse sentido é implementar reformas que impulsionem a produtividade, focando em políticas públicas que impactam os mais vulneráveis, resultando em um aumento do crescimento econômico”.

Final, o que é a taxa Selic?

A taxa Selic, abreviação de Sistema Especial de Liquidez e Custódia, é a taxa básica de juros da economia brasileira. Definida pelo COPOM, órgão do Banco Central, a Selic desempenha uma função importante ao controlar a política econômica do país, servindo como referência para a remuneração dos títulos públicos e, conseqüentemente, estabelecendo a base para todas as outras taxas de juros, como as aplicadas por bancos em empréstimos concedidos a indivíduos e empresas.

Isso acontece porque os bancos buscam aumentar seus lucros e gerenciar os riscos. Ao considerar a taxa Selic, eles avaliam a diferença entre emprestar dinheiro a indivíduos ou empresas e investir em títulos do governo, considerados mais seguros devido ao apoio do governo federal e a baixa probabilidade de inadimplência, que é o não pagamento de dívidas. Para compensar o risco em empréstimos, a solução é cobrar uma taxa de juros com valor acima da taxa Selic. Ou seja: se a Selic está alta, os bancos oferecem empréstimos com taxas de juros ainda maiores, visando obter um retorno mais atrativo comparado aos títulos do governo.

Nesse contexto, o Banco Central do Brasil (BCB) possui responsabilidade pelo gerenciamento da economia nacional ao aumentar, manter ou diminuir a taxa básica de juros; justamente por ela ser uma ferramenta que influencia diretamente a inflação, a oferta de dinheiro na economia, o crédito e, por consequência, o poder aquisitivo da população.

Quais os impactos de uma taxa de juros alta?

Quando a economia está aquecida e é identificado um problema no excesso de demanda, ou seja, a procura supera a oferta disponível, o Banco Central opta em aumentar a taxa de juros como uma estratégia de combate à inflação. Dessa forma, o consumo desacelera através de uma redução na demanda por empréstimos e investimento devido ao aumento dos juros e encarecimento do crédito. Essa medida alivia a pressão sobre os preços, controlando a inflação e contraindo a economia. Por isso, a elevação da taxa básica de juros é compreendida como uma política monetária contracionista.

De acordo com Romaro o aumento da Selic, por outro lado, também pode atenuar as desigualdades sociais e econômicas já existentes. “Com a elevação das taxas básicas de juros, a lucratividade do mercado financeiro se torna maior, logo, concentra renda ao remunerar capitais e, portanto, gera renda passiva para os mais ricos. Além disso, a Selic elevada atrapaalha muito mais a pessoa de baixa renda,

no ponto de vista de consumo, pois os juros caem sobre itens básicos, que ocupam um grande percentual de despesas na renda da população mais pobre”, explica Romaro.

E os efeitos de uma taxa de juros baixa?

No mesmo sentido, a redução da taxa Selic também influencia a economia e se relaciona com a inflação. Com a queda dos juros, o Banco Central aquece a economia, visto que uma taxa básica de juros mais baixa influencia as demais taxas, barateando o crédito e impulsionando tanto o consumo quanto o investimento.

Além disso, juros menores incentivam as empresas a realizarem investimentos produtivos, isto é, investirem na produção de bens e serviços, como por exemplo fábricas de roupas, gerando emprego para a população. Dessa maneira, a queda na taxa Selic é chamada de política monetária expansionista, porque ela resulta em investimento produtivo, acesso ao crédito e maior relação de consumo, aumentando o poder de compra da população.



Impactos dos juros altos no consumo e no investimento

- 1 O BC aumenta a SELIC.
- 2 Os bancos comerciais aumentam o custo do crédito.
- 3 Com menos acesso a crédito, menos as pessoas podem consumir.
- 4 Com juros mais altos, as empresas têm menos acesso ao crédito e os rendimentos financeiros passam a ter mais rentabilidade. Isso faz com que o investimento produtivo diminua.
- 5 A redução do consumo e do investimento faz com que a economia entre em contração, em que menos empregos são criados e a renda diminui. Isso leva a economia para uma recessão.



Impactos dos juros baixos no consumo e no investimento

- 1 O BC diminui a SELIC.
- 2 Os bancos comerciais podem oferecer crédito a juros mais baixos.
- 3 Com mais acesso a crédito, mais as pessoas podem consumir.
- 4 Com juros mais baixos, as empresas têm mais acesso ao crédito e são desestimuladas dos investimentos financeiros, fazendo com que elas possam aumentar os seus investimentos produtivos.
- 5 O aumento conjunto do consumo e do investimento vai gerar um aumento do emprego e da renda, fazendo com que a economia entre em um cenário de expansão.

© Adaptado do Guia Ilustrado de Inflação, Política Monetária e Direitos Humanos

Como a política monetária se relaciona com os direitos humanos?

Ao alterar os juros, a política monetária influencia a expansão ou contração da economia no país, afetando o nível de atividade econômica, a renda, o emprego e, como consequência, o bem-estar social da população brasileira.

Para a assessora política do Instituto de Estudos Socioeconômicos, Livi Gerbase, é preciso entender como a política monetária e o orçamento público funcionam, pois os juros e os impostos além de impactarem a vida das pessoas, também se relacionam com a geração de desigualdades e no acesso aos direitos humanos.

A renda das famílias determina se o acesso a direitos é possível ou restrito. O direito ao trabalho é um dos direitos humanos fundamentais e que, portanto, a inflação afeta o acesso a esses direitos.

“Para alcançar uma política monetária mais transparente e inclusiva, é preciso unir o debate público e ampliar a participação da população nas decisões econômicas. Portanto, é necessário incluir representantes da sociedade civil no Conselho Monetário Nacional, contando, sobretudo, com a representatividade de mulheres e pessoas não-brancas dentre os cargos de direção do Banco Central”, destaca Gerbase.

Até que ponto? No Brasil, 97% das mulheres já sofreram assédio dentro dos transportes públicos

Campanha busca diminuir números exorbitantes, direcionando vítimas para o início de um suporte assistencial, jurídico e psicológico



© Agência Mural

Por Gabriella Maya, Lis Voltas e Nicole Domingos

No cenário cotidiano das cidades, as queixas sobre o transporte público são frequentes: superlotação, atrasos e falta de segurança. No entanto, quando o foco se volta para as experiências das mulheres nesse ambiente, a discussão transcende os inconvenientes tradicionais. Para elas, a questão dentro dos coletivos está muitas vezes ligada ao medo e à ameaça de assédio que permeia suas jornadas diárias.

Dados da ONU colocam o Brasil na 5ª posição entre os países com maiores índices de violação dos Direitos das Mulheres. Números compilados pelo Fórum Brasileiro de Segurança Pública, em 2022, mostram que 18,6 milhões de brasileiras sofreram violência física, psicológica ou sexual. Quando colocados dentro dos transportes públicos e privados, os números extrapolam e 97% das mulheres dizem já ter sofrido algum tipo de assédio.

Diante disso, o projeto "Justiceiras", idealizado pela Promotora de Justiça Gabriela Manssur, criou uma rede de apoio com mais de 15 mil voluntárias, entre advogadas, médicas, psicólogas e donas de casa, dispostas a oferecer suporte online a todas que fizerem denúncias anônimas. Uma rede de mulheres unidas para informar, apoiar e fortalecer todas que estejam em situação de violência.

O projeto já ajudou mais de 14.000 mulheres, e as denúncias podem ser feitas através do site justiceiras.org.br, pelo número de WhatsApp (11) 99639-1212 ou pelo QR Code espalhado nos transportes públicos pela campanha "Coletivo de Respeito". Pelo site, é possível se tornar uma voluntária e fazer parte da rede de apoio.



© Divulgação Coletivo de Respeito

Com o objetivo de aumentar o alcance do projeto, o "Coletivo de Respeito" surgiu por parte da montadora de ônibus Mercedes-Benz, que expôs um QR Code à vista nos ônibus e metrô de São Paulo, Rio de Janeiro e Belo Horizonte. O código, ao ser lido pela câmera do celular, irá direcionar a vítima para o formulário das Justiceiras, o qual, ao ser preenchido, te direciona para o início de um suporte assistencial, jurídico e psicológico, que ajuda a vítima ou testemunha a pedir ajuda.

Estado e Sociedade: Uma Parceria Crucial

Clicie Carvalho, advogada e gestora do Projeto Justiceiras, destaca a importância da colaboração entre o Estado e a sociedade civil para combater a violência. Ela enfatiza a necessidade de regulamentações mais detalhadas para crimes como importunação sexual, a fim de garantir a punição adequada dos agressores. "Educação, políticas públicas e o envolvimento da comunidade são vitais para combater e prevenir crimes sexuais", pontua.

A advogada deixa um chamado às mulheres que sentem medo ou vergonha ao denunciar, ressaltando a importância da união para pressionar por soluções, e encoraja as mulheres a falarem, usando os canais seguros fornecidos.

"Nesta batalha crucial contra o abuso, todos os projetos criados e geridos por mulheres para mulheres, representam esperança e empoderamento, e unem forças para transformar a realidade e construir um futuro mais seguro e respeitoso para todas", finaliza Carvalho.

Consequências ocultas: saúde emocional de quem sofre o assédio

A importunação sexual dentro dos ônibus, trens e metrô é uma realidade que causa impactos emocionais e físicos significativos. "Entre 10 pacientes, 10 já relataram abuso dentro e fora do transporte público. Seja na fase adulta ou na infância. Isso demonstra a prevalência do problema e a necessidade urgente de abordagens eficazes", é o que aponta a psicanalista Simone Campos.

Ao explorar como essas vítimas reagem ao abuso, Campos enfatiza a complexidade das respostas emocionais: "Cada uma tem sua maneira de sentir o medo, mas raramente a mulher age com reatividade, muito por estar na maior parte das vezes sozinha, e sentir que pode correr o risco de ser julgada, mesmo sendo totalmente inocente. Essa reatividade contida pode levar a consequências emocionais e físicas na saúde dela."

Diante da questão de campanhas como solução, a psicanalista também aponta para o aspecto da segurança e confiança: "Soluções são sempre bem-vindas, principalmente quando se trata do bem-estar da mulher, mas para haver mais denúncias é só se ela se sentir segura e protegida."

A Voz Delas

Em entrevista para o **Contraponto**, a diarista Daniela compartilha seu relato dentro dos transportes públicos na capital paulista: "Comecei a pegar ônibus para ir trabalhar bem jovem. Naquela época eram bem mais lotados e não tinha nenhuma campanha de combate ao assédio, isso não era falado. Hoje ainda acontece, mas não é mais tão presente como quando eu era jovem", relata.

Ela observa que apesar dos desafios, houve uma redução na ocorrência desses incidentes. "Quando eu era adolescente, tinha muita dúvida, ficava com muita vergonha e não sabia como falar, como me defender. Mas eu acho que hoje os homens estão mais apreensivos". Quando questionada sobre o projeto "Justiceiras", Daniela confessa que não está familiarizada com a iniciativa.

Outra vítima de importunação sexual, Marcela, estudante de nutrição, também compartilha seu relato, quando um homem a abordou com comentários inapropriados: "Eu andava de transporte público todos os dias no ano passado e aconteceu de eu ser assediada no ônibus", conta.

Marcela reconhece que, no momento do crime, poderia ter se beneficiado de apoio emocional imediato: "Eu acredito que a pessoa não estava completamente sã, porque depois ele começou a falar sozinho, mas, infelizmente, foi essa minha experiência". Ela também não tinha conhecimento sobre o formulário de apoio das Justiceiras.

Em um cenário onde a justiça se faz pouco presente, Simone Campos destaca a necessidade de mais atenção por parte das autoridades: "Todas merecem ser notadas e tratadas com dignidade por parte dos governantes, com leis mais duras e que tragam medo aos abusadores", finaliza a psicanalista.

Formulário de Denúncia

Ensaio fotográfico CEAGESP

Por Ana Luiza Pires, Artur Maciel e Helena Maluf

A CEAGESP (Companhia de Entrepósitos e Armazéns Gerais de São Paulo) é o centro do agronegócio latino-americano, empresa pública vinculada ao Ministério da Agricultura e Pecuária, localizada na Zona Oeste da capital, com 574.000 m². A companhia tem 2.700 empresas atacadistas, 300 varejistas e movimenta 250 mil toneladas de legumes, verduras, frutas e carnes por dia. Além do posto central, existem 12 centros no interior.

O governador de São Paulo, Tarcísio de Freitas, demonstrou interesse em desenvolver a ideia defendida pelo ex-governador Fernando Haddad e depois por João Doria: a mudança de seu local da Vila Leopoldina para o bairro Perus, Zona Norte. Freitas deseja transformar a nova região em um polo tecnológico, um "porto digital". O plano prevê um espaço maior, de fácil escoamento e a mudança valorizaria o setor imobiliário da Vila Leopoldina.



© Artur Maciel



© Ana Luiza Pires



© Ana Luiza Pires



© Ana Luiza Pires



© Artur Maciel



© Helena Maluf



© Artur Maciel



© Helena Maluf



© Helena Maluf

BarbieHeimer

Conheça o fenômeno inusitado que tomou conta dos cinemas nos últimos meses

Por Gabriel Cordeiro, João Pedro Stracieri e Pedro Paes

Após o período pandêmico, os cinemas tiveram dificuldade em encontrar grandes sucessos de bilheteria. Com algumas exceções, mesmo depois do tempo de reclusão, o mercado dos filmes perdeu espaço para os *streamings*. Não havia muita mudança nessa realidade, até mesmo filmes de super-herói atingiam bilheterias frustrantes. Mas, neste ano, as estreias de “Barbie” e “Oppenheimer” mudaram um pouco esta rota.

O mais recente fenômeno “BarbieHeimer” (ou Barbenheimer), tomou conta da internet e se trata do lançamento dos filmes “Barbie”, dirigido por Greta Gerwig e o longa “Oppenheimer”, de Christopher Nolan. A graça surge desses dois filmes, completamente opostos, terem sido lançados no mesmo dia: 21 de julho de 2023.

Com a confirmação de ambos os longas na mesma data, as redes sociais foram tomadas por internautas, ressaltando as diferenças entre os filmes. Enquanto o longa de Greta Gerwig é colorido, tomado pelo rosa e, aparentemente, mais leve, retratando a jornada de uma boneca, a produção de Nolan se dedica à vida do “pai” da bomba nuclear, tomado por tons de preto e cinza. Logo, um contraste imediato.

Surpreendentemente, tal combinação fez muito sucesso. Ver a Barbie, interpretada pela atriz Margot Robbie, se encontrando com Cillian Murphy, caracterizado como o cientista J. Robert Oppenheimer, rodeados de rosa e explosões em tons de cinza era algo fácil de se encontrar em montagens pelas redes.

Segundo teorias, um dos motivos das datas coincidirem seria a relação estremeçada entre o diretor Christopher Nolan e sua antiga parceira, a produtora Warner Bros, que esteve por trás de “Barbie”. Ambos trabalharam por mais de 20 anos e o lançamento do filme *Tenet* (2020) causou desentendimentos. Agora, Nolan se junta à *Universal Studios* para o grande lançamento de “Oppenheimer” e, sabendo que o diretor costuma lançar seus filmes em julho, a *Warner Bros* teria confirmado a data de “Barbie” no mesmo mês para concorrer com o ex-parceiro.

Mas, a estratégia deu certo? Na prática, ambos saíram ganhando, e muito. O frenesi gerado pela internet em torno dos dois filmes acabou resultando em um fenômeno nos cinemas, com sessões

lotadas de pessoas usando rosa, outras com ternos e roupas sociais, remetendo aos cientistas. Além disso, alguns cinemas realizaram sessões especiais, transmitindo os dois filmes em sequência.

E o sucesso de ambos os filmes pode ser traduzido em números, com “Barbie” ficando atrás apenas de “Super Mario Bros” (US\$ 1,35 bilhão), arrecadando, até o momento desta reportagem, US\$ 1,2 bilhão. E a estimativa é que logo tome o posto de filme mais lucrativo de 2023.

Além disso, arrebatando records, “Barbie” se torna a maior bilheteria da história da *Warnes Bros*, ultrapassando “Batman: O Cavaleiro das Trevas” (2008), filme do próprio Christopher Nolan. Enquanto “Oppenheimer” se torna a quarta maior bilheteria de 2023, somando US\$ 718 milhões em todo o mundo, até o momento.



Barbie e Oppenheimer

Como comparação, *Missão: Impossível 7*, um dos “filmes evento”, protagonizado pelo astro de Hollywood Tom Cruise, lançado uma semana antes do sucesso “BarbieHeimer”, não atingiu os lucros esperados, sendo o filme da franquia que teve o menor número de vendas de ingressos para as salas americanas.

Caio Batista, estudante e entusiasta que assistiu a sequência “BarbieHeimer”, a experiência foi relatada como “exaustiva, mas muito prazerosa”. Segundo Caio, “mesmo sendo dois filmes bem diferentes,

ambos despertam o interesse do início ao fim, a curiosidade e a vontade de ter a experiência de ambas as obras no cinema”.

O estudante destaca também outros fatores que contribuem para a experiência, como por exemplo os “memes” que, com certeza, também o motivaram a embarcar nessa sequência. “O elenco estrelado com nomes como Margot Robbie, Ryan Gosling, Cillian Murphy e Robert Downey Jr também tiveram sua contribuição, mas, para mim, definitivamente, um filme alavancou o outro. O fato de terem sido lançados no mesmo dia foi determinante”. Ele comenta que um longa acaba por sustentar e incentivar o marketing do outro, explicitando a diferença gritante entre eles. “Isso torna essa combinação perfeita, pessoas que antes só veriam um dos dois, acabam por ver ambos pelo alvoroço virtual”, explica.

“Podemos estar presenciando um outro momento do cinema e do público a partir de Barbie e Oppenheimer, isso irá depender dos próximos filmes que vierem e da adesão das plateias”, diz Julio Wainer, produtor de vídeos e professor de vídeo jornalismo da PUC-SP.

O especialista endossa que o fenômeno de fato foi bom para o cinema e que abriu caminhos para produções futuras. “O cinema estava vivendo transformações e então veio a pandemia, momento que mudou tudo. As pessoas começaram a acreditar que tudo podia ser feito a distância, mas ir ao cinema é um ato à parte, uma coisa que ocupa o momento da sua semana. Barbie e Oppenheimer tiveram uma adesão, as pessoas voltaram a sala de cinema, e abriram caminhos que podem ser trilhados por outros filmes”, explica.

Mesmo com otimismo, Wainer destaca que são necessários filmes capazes de encantar e mobilizar os telespectadores. Além disso, que motivem discussões públicas como no caso de “Barbie”, sobre o feminismo e gênero e “Oppenheimer”, sobre a Segunda Guerra, bomba atômica e a perseguição aos cientistas de esquerda.

Definitivamente, o fenômeno “BarbieHeimer” marcou época e foi benéfico para todos, principalmente ao cinema. Agora nos resta saber se essa onda de salas lotadas vai ser passageira ou se realmente haverá uma nova toada.

Apesar da fantasia, “Barbie” também é um reflexo da sociedade

A “onda rosa” que inundou a internet e as salas de cinema gerou debates sobre o conceito da feminilidade

Por Gabriela Costa, Isabelli Albuquerque, Maria Elisa Taulil, Maria Ferreira dos Santos e Vitor Nhoatto

Um mundo onde mulheres possuem poder, voz, direitos básicos e oportunidades. Essa seria, certamente, a descrição perfeita de um mundo ideal; para Greta Gerwig, essa é Barbieland. Gerwig assinou como diretora do filme “Barbie” (2023) e com criatividade, um elenco de peso, críticas sociais e uma campanha publicitária massiva, se tornou a primeira mulher a dirigir um filme que arrecadou mais de US\$ 1 bilhão de bilheteria.

O sucesso de “Barbie”, no entanto, ultrapassou as salas de cinema e se tornou o assunto mais comentado na internet durante meses, inclusive, antes mesmo de sua estreia em julho. Esse fenômeno ficou conhecido como “onda rosa”, em que foi possível observar toda uma estratégia capitalista em torno da estética trazida pela lendária boneca: roupas, acessórios, propagandas e *trends* passaram a transmitir diferentes tons de rosa.

Para além do sucesso, a “onda rosa” também incomodou. Houve quem chamou a tendência de fútil, exagerada, histórica e infantil. Parte desses comentários está atrelado ao fato de que “Barbie” faz alusão a diversos elementos ligados à feminilidade.

Meninos vestem azul, meninas vestem rosa

Vivian Marcello Ferreira Caetano, professora, pesquisadora e doutora em História Social pela UERJ (Universidade Estadual do Rio de Janeiro), explica que feminilidade é um conceito compreendido como “uma construção social e cultural que se relaciona com as características, comportamentos e papéis tradicionalmente associados às mulheres em uma determinada sociedade”. Ou seja, não necessariamente o que se entende como feminilidade é uma característica biológica inerente àquelas que se identificam como mulheres.

Parte dessa construção, inclusive, se dá na infância. Ferreira Caetano defende que “a sociedade começa muito cedo a inventar a ideia do que deve ser um menino e do que deve ser uma menina”, é a famosa história de “meninos vestem azul, meninas vestem rosa”.

A fim de exemplificação, a professora cita a obra “Para Educar Crianças Feministas”, da escritora nigeriana Chimamanda Ngozi Adichie. No livro, Ngozi destaca as diferenças nos brinquedos direcionados aos meninos e naqueles direcionados às meninas. O primeiro tipo “geralmente são ‘ativos’, pedindo algum tipo de ‘ação’ como trens, carrinhos, helicópteros, [objetos] associados ao mundo público e os

O filme Barbie repercutiu em diferentes esferas



© Colagem: Maria Ferreira dos Santos / Imagens de apoio: divulgação

brinquedos para meninas geralmente são ‘passivos’, sendo a imensa maioria bonecas, associadas ao mundo privado”.

Essa lógica reforça estereótipos de gêneros que servem há muitos séculos para determinar os lugares tidos como “apropriados” aos homens e às mulheres. Graduada em Comunicação Social pela Unicentro (Universidade Estadual do Centro Oeste), Mariana de Almeida elucida que “normalmente, o que é feito por homens é algo honroso e por mulheres é vergonhoso”.

Tal argumentação pode ser observada no fato de que a ideia de ir fantasiado de super-heróis ao cinema, como acontece nos lançamentos da Marvel ou da DC, é mais bem recebida do que ir fantasiada de boneca, como aconteceu com “Barbie”.

Isso é coisa de mulherzinha

Sendo assim, Ferreira Caetano declara que a feminilidade também pode ser vista como “uma maneira de exercer controle sobre as mulheres, mantendo-as em posições subordinadas”.



© Reprodução/Instagram

A escritora nigeriana Chimamanda Ngozi Adichie

A supracitada Ngozi Adichie, afirma em seus escritos que a característica e o comportamento podem até ser o mesmo, mas serão interpretados de maneira divergente de acordo com a ordem sexista. Em outras palavras: a sociedade patriarcal trata de maneiras totalmente distintas as mulheres quando fazem algo que um homem faria. À medida que um empresário seria tido como confiante e estrategista na administração de sua carreira ao tomar certas decisões, uma mulher tendo as mesmas ações seria taxada como arrogante e mal-educada.

Ademais, os homens, preocupados em perder os seus privilégios da supremacia masculina, usam a feminilidade para descredibilizar as mulheres, como se a sua expressão interferisse nas suas competências, reforçando assim o preconceito com o “ser feminina”. “Os gostos femininos precisam se encaixar naquilo que o patriarcado entende que precisa ser do interesse feminino”, afirma a pesquisadora Vivian.

Isso NÃO é coisa de mulher

A contradição é a seguinte: de um lado, a sociedade exige que as garotas se portem de uma forma mais feminina, do outro, zombam delas se forem femininas demais. Ainda há uma camada daqueles que dizem que utilizar, gostar ou se portar de forma muito “feminina” é uma maneira de se submeter ao patriarcado e, novamente, zombam dessas mulheres.

“Barbie” mostra que uma mulher ser feminina não influencia sua capacidade física ou mental, e que, ao mesmo tempo, que se importa com sua roupa, canta, dança e passeia com as amigas, pode-se sim exercer um cargo de grande importância para a sociedade.

Você não está velha demais para isso?

Gritar e cantar com a intenção de torcer por seus ídolos. Medo de não conseguir comprar um ingresso. Euforia ao consumir produtos oficiais. Amor, dedicação e paixão, são sentimentos e situações comuns na vida de fãs de *k-pop*, por exemplo, e de futebol. Entretanto, apesar das semelhanças, de um lado existe um produto consumido por um público predominantemente feminino, já o outro é composto principalmente por homens. Então, na lógica de uma sociedade patriarcal, é fácil dizer qual grupo é visto como “histórico” e “obcecado”.

Esse fenômeno acontece devido à desvalorização do que é associado ao feminino. “Isso é uma maneira de desacreditar as emoções e opiniões femininas. Está ligado à ideia de que a expressão emocional das mulheres é excessiva ou irracional, reforçando estereótipos prejudiciais que desvalorizam suas perspectivas”, afirma Ferreira Caetano.

Milena Matias, jornalista de 23 anos, fã da banda sul-coreana BTS, relata que evitava admitir abertamente seu interesse pelo grupo. “Nos primeiros seis meses eu escutei escondido, porque eu tinha muita vergonha, além de ser mulher eu também sou uma pessoa adulta, então, existem muitas problemáticas com mulheres adultas escutando *k-pop*”, expõe ao **Contraponto**. “Faz quase dois anos que eu escuto *k-pop*. Eu tenho uma foto deles na minha mesa onde trabalho. Escuto, compartilho no Instagram, mas eu precisei de um longo período de aceitação de que estava tudo bem amar eles”, desabafa Matias.

Além do *k-pop*, cantoras do universo pop e seus fãs também são alvo de comentários sexistas. Taylor Swift, por exemplo, é duramente criticada por escrever sobre



© Getty Images

Taylor Swift durante apresentação na The Eras Tour

suas vivências amorosas, e é, normalmente, descrita com termos como “emocionada” ou “rodada”. A cantora expõe isso na canção “The Man”, em que ela escreve como seria considerada “o cara” se fosse homem ou como as pessoas diriam que ela soube aproveitar a vida.

Mariana de Almeida comenta que esse preconceito é um reflexo da sociedade. “As mulheres não podem ter individualidades. Se gostam de algo feminino demais, estão se submetendo a um papel de frágeis e infantis, diferente dos homens que “podem tudo”, pois não há ninguém com poder o suficiente para julgá-los.”

Lugar de mulher é...

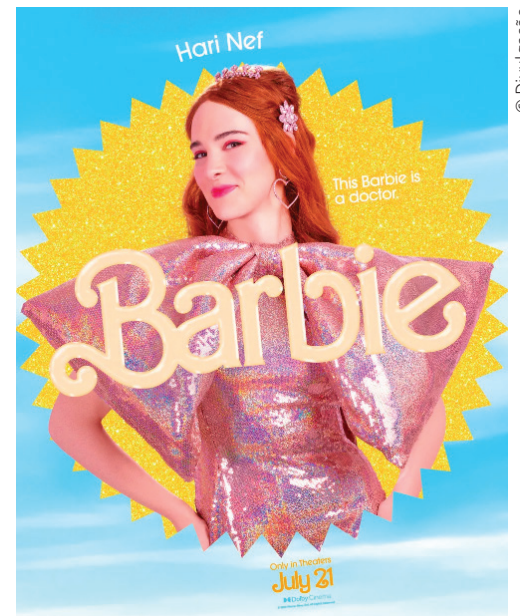
Outro episódio de violência contra as mulheres que expõe esse ambiente machista é o tratamento que a ex-presidente Dilma Rousseff recebeu enquanto Presidente da República (e depois). Segundo uma pesquisa realizada em 2020 pela professora na área de Estudos Linguísticos Perla Haydee da Silva, os quatro termos mais usados em comentários direcionados a então chefe do Executivo na página do Movimento Brasil Livre (MBL) no Facebook foram: louca, burra, prostituta e nojenta.

Esse cenário escancara como as capacidades de uma mulher acabam sendo muito mais contestadas do que as de um homem, em posições iguais, com as mesmas responsabilidades e atitudes, e além de reforçar como os estereótipos de gêneros ainda são pulsantes. Enquanto eles ocupam cadeiras de executivos na Mattel, elas se limitam às secretarias.

Quem lacra, não lucra?

“Barbie”, marcou presença não apenas com o uso de elementos tipicamente associados ao universo feminino, mas também exaltando essas características, cravando uma marca na história do cinema mundial. O filme é a concretização de uma tendência dos últimos anos: o aumento da presença de mulheres atrás e em frente às câmeras.

Greta Gerwig, diretora do filme, é conhecida por escrever histórias não apenas com protagonistas mulheres, mas que também exploram experiências tipicamente femininas. “Ladybird”, um dos seus outros sucessos, conta a história de uma jovem adolescente rebelde e o relacionamento com sua mãe. Já em “Adoráveis Mulheres” readapta um dos maiores clássicos



© Divulgação

Hari Nef, uma mulher trans, tem longa carreira no cinema e, agora, interpreta a Barbie médica

da literatura feminina “Mulherzinhas”, escrito por Louisa May Alcott.

Não é apenas no âmbito do drama que as personagens femininas têm ganhado maior destaque, até mesmo os grandes estúdios que produzem filmes de heróis têm dado espaço para outras narrativas. “Mulher Maravilha” foi um dos maiores sucessos do ano quando foi lançado e “Capitã Marvel” permanece entre as 10 maiores bilheterias da Marvel Studios.

Um estudo realizado pela Universidade de San Diego monitora a quantidade de protagonistas femininas nos filmes de maiores bilheterias do ano. Em 2022, 33% dos longas-metragens tinham mulheres como personagens centrais. A porcentagem representa um pequeno aumento em relação ao ano anterior, mas é parte de uma constante subida dos últimos 10 anos.

Atrás das câmeras a situação, entretanto, não é tão animadora. O mesmo centro de pesquisa também monitora a presença de mulheres como diretoras, roteiristas, produtoras, editoras e cinegrafistas. O resultado mais recente, do ano passado, mostrou que, dos 250 filmes de maiores bilheterias mundiais, apenas 22% de suas equipes técnicas tinham nomes femininos como crédito.

Em quase um século da premiação do Oscar, apenas três mulheres levaram a estatueta de melhor direção e somente uma delas não era branca (Chloe Zao, por *Nomadland*, em 2020).

Apesar da baixa representação, a perspectiva dos pesquisadores é otimista, pois “Barbie” é um marco que as “mulheres no cinema” ainda não tinham alcançado. Um filme feito por mulheres, com grande parte de um elenco feminino, contando histórias de mulheres para outras mulheres. Desse modo, a expectativa do seu sucesso estrondoso é de que, não somente haja mais dedicação dos estúdios em apostar em produções “femininas”, mas também do público engajar e apreciar essas histórias.

A Arte em greve

A maior indústria do entretenimento do mundo parou pedindo melhorias e direitos, levantando debates sobre arte, inteligência artificial e streamings

Por Lucas Malagone, Beatriz Alencar Gregório, Annanda Deusdará, Vitória Nascimento e Maria Clara Aoki

Na cultura capitalista atual, quando se fala em greve e sindicatos, as pessoas são treinadas a pensar nas piores coisas sobre o assunto. Hollywood tem um histórico de fazer propagandas anticomunistas e antissindicais, com filmes defendendo o estilo americano o famoso “*American way of life*”. Diversos atores e roteiristas já foram denunciados por seus próprios colegas, devido a esses ideais sindicais e supostamente comunistas.

Ronald Reagan é o caso mais famoso, nos anos 50 denunciou diversos colegas em comissões especiais no senado americano contra o comunismo, se tornando símbolo americano e presidente na década de 80. Porém, a realidade é dura e, por muitas vezes, vence uma propaganda e um discurso distorcido.

Quase 60 anos depois, o país símbolo do capitalismo enfrenta a sua maior crise econômica e social. Os Estados Unidos tem enfrentado seu maior índice de greves por sindicatos em toda a sua história, e a maior indústria do entretenimento global enfrenta um embate histórico e talvez nunca visto antes em sua existência, onde atores e roteiristas, estão diante dos líderes e CEOs de grandes estúdios e plataformas de *streaming*, buscando igualdades, melhores condições e levantando inúmeros questionamentos sobre os rumos culturais de uma indústria que influencia e impacta o mundo todo.

A cada três anos os sindicatos da indústria cinematográfica americana renegociam seus acordos com a Aliança dos Produtores de Filme e Televisão de Hollywood (AMPTP), responsável por representar os principais estúdios, canais de televisão e *streamings*, como a *Walt Disney Studios*, *Sony Pictures*, *FOX*, *NBC*, *Netflix* e a *Amazon Prime Video*.

Em 20 de março de 2023, as primeiras negociações começaram entre a AMPTP e o sindicato dos roteiristas, a WGA, que uma semana antes publicou um relatório chamado “Os escritores não estão acompanhando”, denunciando a uberização da classe pelos serviços de *streaming*. As primeiras conversas entre as organizações não foram positivas, resultando em uma votação para a autorização de uma paralisação, de forma quase unânime, 97,85% do sindicato concordou com uma greve caso as demandas pedidas não fossem aceitas.

O jornalista Raphael Klopfer acredita que a causa é justa e precisa ser debatida amplamente. “É [uma causa] justa, mas

também encabeçada por vezes sem tomar atenção ao grande cenário da coisa, o mesmo problema que levou a greve a começar em primeiro lugar, e se continuar assim, duvido que vá ter alguma mudança.”

As renovações dos contratos foram dispostas de uma maneira que todas as organizações são atendidas uma após a outra. Então, seguida das fracassadas tentativas com os roteiristas, o próximo passo da Aliança era o sindicato dos diretores, o DGA. Dessa vez, o AMPTP saiu com menos uma preocupação, 87% dos membros dos sindicatos que participaram da votação concordaram com o acordo. Apesar de positivo para os diretores, foi um movimento que causou preocupações nos colegas escritores, afinal quanto mais sindicatos aderissem à greve, mais força suas demandas possuirão.

Felizmente para a WGA, essa não foi uma luta que tiveram que batalhar sozinhos por muito tempo, o Sindicato dos Atores e Federação Americana de Artistas de Televisão (SAG-AFTRA) tentou entrar em acordo com a associação dos produtores, porém após uma tentativa falha, mais de 300 grandes nomes da indústria se juntaram em uma carta, declarando a possibilidade da greve caso as exigências pedidas não fossem aceitas.

Incluindo atores como Ben Stiller, Jennifer Lawrence e Meryl Streep, a declaração dizia: “este é um momento sem precedentes de inflexão da nossa indústria, e o que poderia ser considerado um bom acordo em qualquer outro ano, hoje simplesmente não é bastante”. O contrato,

que tinha como data de validade 30 de junho, ganhou mais 12 dias de prazo extra para a possibilidade de um consenso entre as partes, mas essas quase duas semanas não foram suficientes para que as organizações se entendessem entre si.

Após meses sendo apenas uma possibilidade, em 2 de maio a WGA, sindicato dos roteiristas, declarou oficialmente a greve, quase dois meses depois, em 13 de julho, a SAG-AFTRA, também entrou em paralisação. As duas organizações não conseguiram entrar em acordo com a AMPTP, se recusando a cumprir as exigências pedidas pelos sindicatos. Entre seus pedidos possuem um fator em comum, o preenchimento das brechas criadas pelos *streamings*.

Por anos a indústria só precisou se concentrar em regulamentar a televisão e os cinemas, criando acordos e pontos bem estabelecidos com os sindicatos, porém com a chegada dos *streamings*, novas lacunas surgiram. As regras anteriormente conhecidas já não se aplicam para esse novo modelo de negócios. Fran Drescher, atriz e presidente da SAG-AFTRA declarou: “É inaceitável esperar que o modelo de negócios mude sem que os contratos mudem também”. Entre os principais pedidos dos sindicatos estão:

A SAG-AFTRA pede que 2% da receita gerada por cada programa seja passada para os atores. O valor seria determinado pela Avaliação de Conteúdo, ferramenta criada pela *Parrot Analytics* para decretar através de pesquisas, menções e outras fontes o impacto financeiro de cada série e filme dentro do *streaming*.

Apesar da indicação da ferramenta, o sindicato concorda em usar outro meio desde que seja possível medir o desem-



Membros do SAG e do WGA fazem protestos por melhorias

©Variety

penho de cada projeto para que a receita possa ser repassada de forma justa. Em entrevista a *Variety*, Drescher disse: “Isso foi algo que um dos nossos muito esper- tos especialistas em pessoal propôs como forma de adaptar um tipo de resíduo, que ficasse mais de acordo com o novo modelo de negócio. Deixamos bem claro que não se trata de número e não se trata de concei- to ou mecanismo.” Porém, a associação alega que é um desafio medir com preci- são o impacto de cada programa dentro de uma plataforma.

Dados levantados pelo *The Guardian* mostram que nos últimos dez anos os lu- cros dos estúdios aumentaram em 39%, enquanto nesse mesmo período a média salarial dos roteiristas caiu 4%.

Na indústria da televisão os trabalha- dores envolvidos costumam ganhar por episódio participado, o que costumava ser o suficiente, uma vez que as séries da TV aberta tinham uma média de 20 a 25 epi- sódios por temporada. Porém os *streamin- gs* popularizam um modelo menor, agora uma temporada regular costuma ter ape- nas de 8 a 10 episódios, o que antes era um trabalho anual, se tornou sazonal e os sa- lários não acompanharam essa mudança.

A AMPTP propôs um aumento de 5% nas taxas mínimas no primeiro ano de con- trato, seguida por um aumento de 3,5% nos anos consecutivos, porém para a WGA esses números não compensam a infla- ção, exigindo um levantamento de 11% e 4% respectivamente.

O sindicato dos roteiristas pediu que Inteligências Artificiais (AI) não fossem usadas no processo de escrita e reescrita de um roteiro, enquanto o SAG não chegou a pedir o banimento da tecnologia em seu meio, mas exigiu uma regulamentação para que a ferramenta não prejudique os artistas e os compense financeiramente.

Para a WGA, a Aliança negou a deman- da e como contraproposta ofereceu reu- niões para debater o avanço da técnica, já para o sindicato dos atores alguns dos pontos mostrados foram aceitos, porém outros ainda estão em discussão, como a escanização de figurantes.

Reivindicações nos salários, melhores condições de trabalho e balanceamento na remuneração em produções exibidas em diferentes plataformas de *streaming* (*online*), são requisições que nem mesmo “Os Simpsons” poderiam prever dentro do cenário Hollywoodiano. Pela segunda vez na história, roteiristas e atores se junta- ram em protesto para que tais exigências sejam consideradas e aplicadas. Porém, diferentemente da primeira manifestação conjunta, ocorrida na década de 1960, uma questão levantada na greve atual é o limite do uso da Inteligência Artificial (IA).

A pressão sob os estúdios tem a tecno- logia como um dos principais entraves e, dentro desse conflito, uma palavra fica em destaque: substituição. O temor na utiliza- ção de IA's em produções cinematográficas



© Adoro Cinema

IA já vem sendo usada para rejuvenescimento de atores em filmes ao longo da última década

é de que, em um futuro não tão distante, aconteça uma escassez de trabalho para atores e roteiristas.

Já se tem plataformas que escrevem exatamente o que foi pedido (como o *Chat GPT*), então, não há como desdenhar do receio de que, por exemplo, *chatbots* ocu- pem os processos de roteiros de alguma forma. Ou, de que a recriação de pessoas por meio de IA (através de escaneamento de imagem e/ou até mesmo da voz) possa ser utilizada em futuras produções, o que exclui a necessidade de ter o ator dentro do set de filmagem.

Mas há quem tema essa modernidade. No *talkshow* norte americano “*The View*”, com o episódio exibido em junho (2023), a atriz Whoopi Goldberg disse que o conceito de holograma digital é “um pouco esquisito e assustador”, sendo esse um dos motivos para declarar até mesmo em seu testamen- to, que não deseja ser transformada em uma imagem digital após sua morte.

De início, o uso da IA tinha como pro- pósito resolver problemas que são consi- derados difíceis de maneira mais rápida. Expandindo além dos limites dos efeitos especiais e da tela verde, estúdios e produ- tores viram na IA uma oportunidade de ter mais lucro e menos burocracia.

Com “burocracia”, há referência direta às greves, isso porque, visando o capital, a Inteligência Artificial não faria manifesta- ções ou exigiria reivindicações. Posto isso, é mais fácil entender que a busca das empre- sas pela IA é um meio de grandes benefícios monetários quase que sem regulamentações. As instituições de criação cinemato- gráfica reconhecem a ambiguidade que a IA carrega consigo. Porém, as discussões e renegociações ficam em um impasse, vis- to que a parte de ter uma tecnologia que é ‘quase que sem regulamentações’, não supera os pedidos sobre uma limitação “re- grada” dessa tecnologia tão facilmente.

“Limita a liberdade artística pois jamais será capaz de substituir o efeito humano que uma boa escrita e execução pode ter no que chamamos de fazer verdadeiro cine- ma ou arte, e a mesma coisa se faz verdade para produções de TV. A regulamentação é mais do que justa”, diz Klopfer.

As consequências que essa greve im- pactará só serão efetivamente compre- endidas no futuro, no entanto ela já está afetando a Indústria Cultural e os espec- tadores de diferentes formas. Além das filmagens, produções, lançamentos e di- vulgações que decidiram ser adiados, pa- ralisados e até suspensos como já se sabe, existe o risco de queda nas qualidades das gravações que optaram por continuar sem os roteiristas, já que eles são responsáveis por reescreverem e adaptarem possíveis cenas durante a produção.

Depois da adesão da SAG-AFTRA na greve, ficou mais complicado para os estú- dios conseguirem divulgar seus projetos, já que qualquer ator filiado à associação está proibido de anunciar divulgações em redes sociais, participar de qualquer *pre- miere* ou coletiva de imprensa. Atitude que pode acabar resultando no adiamento do Emmy, em 2024.

“Vejo, talvez, acontecendo em indús- trias como a França e outros da Europa cujo cinema traz diversos títulos à nível internacional todos os anos” e continua “na Ásia também começaram, porém não vejo eles terem o mesmo impacto que a greve nos EUA está causando pois creio que os estúdios e produtoras não arrisca- ram alongar uma greve onde eles não têm o mesmo poder financeiro de auto sus- tentação como uma máquina Hollywoo- diana possui.”

O jornalista também analisa que no Brasil o cenário cultural não é favorável e a desvalorização do público é tremenda, não enxergando um cenário onde todos abracem a causa.

Sendo assim, a estimativa é de que plataformas de *streaming*, como a Netflix e a Amazon Prime, tenham sua taxa de caixa mais crescente do que o estimado antes da greve, pelo possível aumento de compras do plano. Sendo assim, o impac- to da greve é mais cultural, moral e ético do que de fato um vácuo de consumo, pois essas plataformas nos dão um cenário me- nos intenso da paralisação das produções por não ter o foco somente em conteúdos norte-americanos.

Festival Cultura e População de rua: Fome de quê?

Evento contou com apresentações artísticas, tendas de serviços e debates sobre o acesso à cultura pelas pessoas que vivem em situação de calçada em São Paulo

Por Sônia Xavier, Thainara Sabrine e Victória da Silva

A população em situação de rua no Brasil superou o número de 281 mil pessoas, segundo levantamento do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea), em 2022. A região sudeste concentra mais da metade desse grupo (151 mil) e, somente no estado de São Paulo, são mais de 80 mil indivíduos vivendo em situações precárias. De acordo com dados do CadÚnico (2023), a população negra é maioria em situação de rua, sendo 7 em cada 10 moradores.

Além das dificuldades de acesso à alimentação e saúde, essa população é privada, muitas vezes, de vivenciar experiências culturais pela cidade, sendo extremamente difícil encontrar medidas que as incluam em espaços culturais no país.

Como tentativa de driblar essa dificuldade, o Museu da Língua Portuguesa e o Sesc São Paulo organizaram o primeiro Festival Internacional de Cultura e População em situação de rua. O evento aconteceu entre os dias 16 e 18 de agosto, no centro de São Paulo e contou com apoio de ONGs e instituições que prestam serviços para pessoas em situação de calçada, além da prefeitura da cidade.

O Festival contou com shows musicais, apresentações artísticas, tendas de serviços, almoços e mesas de debate sobre o direito ao acesso à cultura pelas pessoas que vivem em situação de rua.

existência de espaços, para que a população de rua possa se expressar, deve ser contínua.

Opinião compartilhada com Rebecca Maurício, integrante do Núcleo Práticas de Redução de Danos (Centro de Convivência É de Lei), que ressalta a importância de tornar os ambientes culturais já existentes mais inclusivos para pessoas em situação de rua: “tornar esses espaços seguros e acolhedores para pessoas em situação de calçada, é um dos pontos a se discutir”.

Maurício pontua que transformar o pensamento sobre o que é cultura de forma não elitizada é um mecanismo que contribui para a redução do preconceito de quem vive à margem. “Múltiplas expressões culturais e linguagens artísticas surgem em contextos em que as pessoas estão muito vulnerabilizadas, a cifra hip-hop, o samba, slams. Essas expressões inclusive são símbolos de resistência política [...] estar aberto a olhar para as pessoas em situação de rua para além dos estigmas do ‘cracudo’, do ‘criminoso’, mas como sujeitos potentes é um outro ponto importante”.

Pedro* (nome fictício), morador de rua e visitante no evento, afirmou que uma das maiores dificuldades para participação em eventos como esse é a discriminação, “muita gente não vem, velho, porque tá sendo muito discriminado. Vamos supor, você vai numa festa, você é discriminado, você voltaria lá de novo?”.

Laura Vasconcelos, estudante de psicologia e visitante do evento, menciona que o desenvolvimento de eventos como do festival possibilita que as outras pessoas vejam a vida de moradores em situação de calçada – que são invisibilizados pela sociedade, pelos “olhos” deles. “Além dessa visibilidade, a cultura pode tirar pessoas da rua, ou tornar essa experiência menos dolorosa”.

O jornalista e co-fundador da ONG SP Invisível, Vinicius Lima, diz que a parte mais importante do evento é a promoção da cultura produzida pelas pessoas na rua, “a galera da rua já faz arte, pintura, música, teatro [...] porque é aquela ideia, ninguém dá voz para ninguém, todo mundo



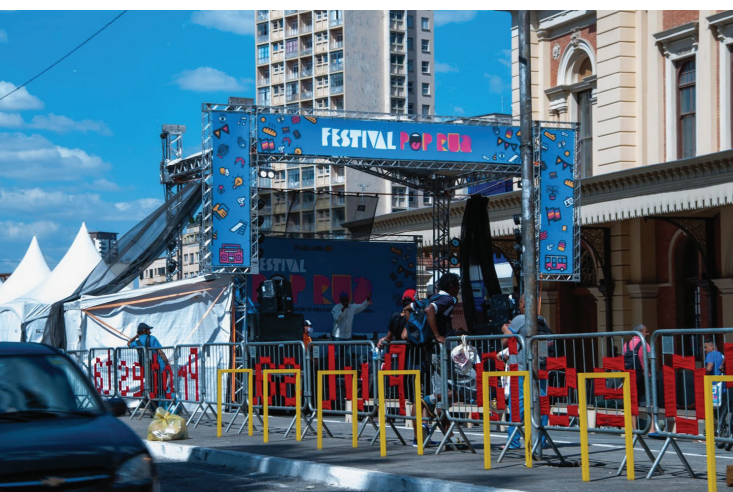
Apresentação do Coral Cênico Cidadãos Cantantes no Festival

já tem voz, o festival está ampliando essas vozes e potências”.

A cultura está essencialmente ligada à cidadania. A falta de acesso dessas pessoas caracteriza desumanização, gerando mais um motivo para o afastamento delas da sociedade. As iniciativas de programas como o Pop Rua, É de Lei e outros, demonstram o que poderia ser feito em maior quantidade através de políticas públicas que efetivamente contribuam para o processo de pertencimento das pessoas vulnerabilizadas à sociedade. A cultura não está relacionada apenas ao ato de fazer ou apreciar arte, mas também de se reconhecer e encontrar acolhimento dentro de seu próprio território.

“Sem dúvida, este foi um acontecimento muito importante que valorizou as construções já presentes no território, mas que, por ter sido organizado pelo MPL e pelo SESC São Paulo, ganha a afirmação de instituições culturais públicas e reconhecidas, tomando para si a responsabilidade do debate da garantia de direitos da população de rua. O evento frisou também a importância de construções intersetoriais, que consigam dar conta de um cuidado integral de fomentar a cultura, e que o exercício da cidadania se faz em conjunto com a assistência social, com a saúde, com a defensoria pública, com acesso a banho e alimentação digna”, complementa Rebecca Maurício.

Um palco em frente ao Museu foi montado para que as pessoas se apresentassem



O festival aconteceu no centro da cidade e utilizou espaços do Museu da Língua Portuguesa e Sesc Bom Retiro

O Padre Júlio Lancellotti, ativista na causa, em entrevista ao **Contraponto**, reconhece o evento “como uma demonstração de que a população de rua constrói e vive a sua cultura”, mas ressalta que essas ações não podem ser esporádicas e que a



Cruzes!

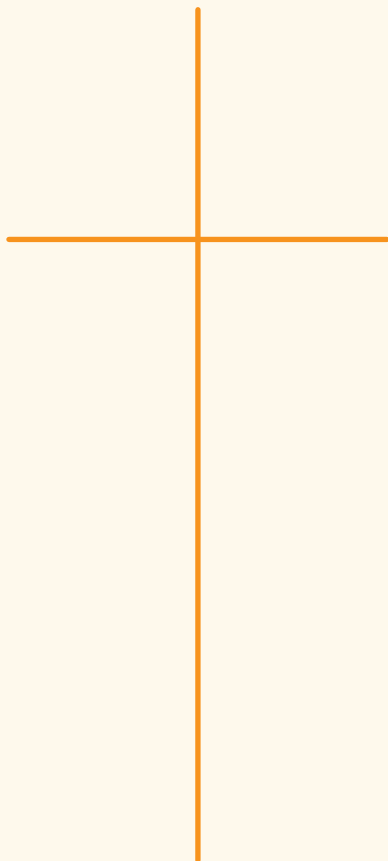
Por Artur dos Santos

ÀS VEZES ME CONTATAM para saber o que penso sobre a minha Universidade, e se o fizerem desta vez, ouvirão apenas elogios. Estudantes expulsaram a gritos integrantes do MBL, no campus Perdizes; no começo do ano, o curso de jornalismo adotou um modelo de aulas híbridas pro primeiro semestre, emulando o híbrido e estável mercado de trabalho jornalístico, além de se manter na moda *tech*; teve feijoada de quinta-feira, modernização das relações trabalhistas, e agora a PUC faz um forte aceno à liberdade religiosa.

Nesse campo, a liderança pelo exemplo é a melhor de todas, convincente e genuína - desejada por grandes líderes. Não é fácil não, viu? Tentem ser o início de algo. É necessário coragem, muita coragem. Não é sempre que a Pontícia cria tendências. A reforma da "prainha", por exemplo, claramente emulou a reforma do Anhangabaú e a modernização do campus é, cagado e cuspidado, uma homenagem a grandes shoppings de São Paulo.

Ao pregar crucifixos nas salas de aula, acredito que a PUC agiu com coragem e liderou pelo exemplo. Antes, pessoas de outras religiões se sentiam acuadas em colocar seus respectivos símbolos e imagens pelo campus. Agora, ouço a primavera das imagens. Só precisavam de um encorajamento e a Pontificia, de forma sagaz, entendeu isso.

Amigos candomblecistas trouxeram imagens de orixás para pregar nas portas das salas de aula. Espíritas não estão longe! Vi um *QRcode do Universo em Descanto* colado na porta da 336 e uma foto de Allan Kardec, na 219.



É tanta liberdade que alguns não sabem nem o que fazer.

É um prato cheio para o curso de Ciências Sociais. Quantos TCCs podem ser feitos? Teorias criadas? Teses desenvolvidas? Tudo é possível. Um espectro religioso paira na PUC e diferentes setores da universidade se manifestam de diferentes maneiras. Uma entidade estudantil, por exemplo, foi até agora a mais experimental, aventurando-se nas águas do animismo e elegendo um membro da classe *actinopterygii* como sacerdote.

São ares progressistas.

Com dor, entretanto, anuncio que, com tamanho avanço, vem também a repressão: inúmeros falsos progressistas vieram reclamar da corajosa ação da PUC. Ouvi frases do tipo: "Vou arrancar os crucifixos!", "Não acredito que fizeram isso... em todas as salas?", "Absurdo!". Ideias revolucionárias sempre são recebidas com violência.

Ao contrário deles, quando vi a pequena cruz de madeira colada junto à porta, ao entrar na aula de História do Brasil (não muito afetada pela religião), respirei aliviado: "Liberou geral! Não sei como a universidade foi tão corajosa", suspirei. "Quem diria, a PUC liderando pelo exemplo!".

O próximo passo para mim é óbvio: alternância no secretariado executivo da gestão da Universidade. Se com a atual gestão já temos tamanho avanço, imagina com uma bancada-mista-não-hierárquica de diferentes líderes religiosos? "Liberou geral!". Boatos de que as obras na Cardoso são de um prédio-multifuncional-religioso, mas são só boatos.

Posso estar apenas sonhando alto, como uma capela no topo de um prédio qualquer, mas não me importo. Uma ideia revolucionária faz a gente se sentir imbatível. Não querem nos ver sonhando. É o que eu sempre digo: com meu Deus no céu, minha PUC na terra e o crucifixo na parede, vou pra sala de aula com muita... sede? Esqueci a frase de efeito.

113 anos de transformações na identidade do Corinthians

Com mais de um século de história, o clube paulista acompanha as mudanças do Futebol Brasileiro e caminha pelos campos da elitização

Por Beatriz Barboza, Felipe Botter, Giuliana Zanin, Gustavo Romero e Khauan Wood



Duílio Monteiro Alves, ainda criança, entrando em campo com Sócrates

Cerca de 40 anos nos separam deste registro. A presença de um garoto ao lado de seu ídolo chama a atenção. Estes são Duílio Monteiro Alves, ainda criança, e Sócrates Brasileiro Sampaio de Souza Vieira de Oliveira, o jogador que o acompanha. O presente e passado do Corinthians unidos.

Duílio faz parte de uma família tradicional na história do time. Orlando Monteiro Alves, seu avô, foi diretor de futebol no histórico ano de 1977, quando o clube superou a escassez de 23 anos sem títulos expressivos. Na época da foto, seu pai, Adilson Monteiro Alves, era o 'cartola' e, ao lado de Sócrates, foi precursor de uma gestão inovadora, transparente e democrática.

Quatro décadas mais tarde, Duílio, agora presidente do Corinthians, permanece sob atenção dos torcedores, não por herdar o mérito de seu avô ou os valores de seu pai, mas por entregar uma administração de desconfiança, que ameaça a fidelidade declarada pelo jogador que o acompanha na foto.

Com nome tão grande e majestoso quanto seu futebol, Sócrates, durante a Democracia Corinthiana, assumiu um compromisso com a Fiel Torcida: "me senti porta-voz desse povo", revelou em um trecho do documentário *Democracia em Preto e Branco* (2014), de Pedro Asbeg. 'Magrão', como foi apelidado, é considerado um dos grandes craques do clube, não só pelo sucesso nos campos, mas também na luta pela redemocratização brasileira em pleno Regime Militar.

Porém, o engajamento político e a representação de demandas populares são anteriores à figura do jogador, e são alicerces da construção do clube desde seu surgimento.

Nascimento do time popular

O Sport Club Corinthians Paulista foi criado em 1º de setembro de 1910. Anselmo Corrêa, Antônio Pereira, Carlos Silva, Joaquim Ambrósio e Raphael Perrone, se encantaram por um jogo amistoso em que o time inglês Corinthian Football Club derrotou um dos grandes clubes paulistas da época, a Associação Atlética das Palmeiras.

Com um sonho em mãos, mas sem recursos para estrear no esporte, os fabricantes de tecido arrecadaram 6 mil réis para comprar a primeira bola. Nesta altura, era preciso um espaço para treinar. Então, na esquina da Rua dos Imigrantes, atual José Paulino, com a Rua Cônego Martins, um terreno lenheiro abandonado tornou-se o primeiro campo do time popular.

Eram 13 jogadores: os precursores e moradores da vizinhança que contribuíram como sócio-fundadores. Em uma das reuniões feita pelos amigos, elegeram o alfaiate Miguel Bataglia como o primeiro presidente do grupo. Bataglia investiu em representar a parcela da população que era impedida de participar de campeonatos, acessíveis apenas à elite. Como lema do clube, Miguel afirmava: "o Corinthians vai ser o time do povo e o povo é quem vai fazer o time".

No mesmo ano, estreamos nos campos contra a União da Lapa. O 'time do povo' perdeu de 1 a 0 para uma das melhores equipes da várzea paulista. A derrota não significou o fim de um sonho, pelo contrário. Em 1913, conquistaram uma vaga na Liga Paulista de Football. A presença de um time de origem humilde foi novidade para a comunidade elitista de São Paulo. Foram dez vitórias em dez duelos, com 37 gols.

Em 113 anos de história, o Corinthians acumulou 51 títulos. No entanto, sua atuação não se limita às quatro linhas. O Timão firmou sua potência dentro dos campos e da sociedade, como o primeiro

clube paulistano a aceitar jogadores negros, além de protagonizar um dos maiores momentos do futebol durante a Ditadura Militar: a Democracia Corinthiana.

A democracia corinthiana

O Corinthians vivia um drama em 1981. Sob a presidência de Vicente Mathews, o clube caiu para a 2ª divisão do Campeonato Brasileiro. O cenário nacional também era ruim, embora passados os "anos de chumbo", a repressão da ditadura perdurava.

No mesmo ano, Waldemar Pires foi escolhido como novo dirigente e nomeou o sociólogo Adilson Monteiro Alves como diretor de futebol, que não escondia seu breve repertório sobre o esporte, mas sugeria uma nova forma de vivenciá-lo. Adilson propôs uma organização interna nunca vista e estabeleceu dois objetivos: tirar o Corinthians da escassez de títulos e firmar o engajamento político do clube.

As decisões que cercavam o Parque São Jorge foram tomadas em conjunto e à luz da discussão. Todos os jogadores e funcionários, da comissão técnica ao motorista, participavam dos processos de votação aberta, sem que houvesse distinção de poder. O que se observou foi a quebra da hierarquia de cargos internos e a adoção de uma gestão horizontal. "A Democracia Corinthiana foi a grande experiência da construção de um modelo alternativo do futebol ao autoritarismo", resumiu José Paulo Florenzano, coordenador do curso de Ciências Sociais da PUC-SP e responsável pela pesquisa *Democracia Corinthiana – Práticas de Liberdade no Futebol Brasileiro*.

Em entrevista ao **Contraponto**, Florenzano lembrou que a década de 80 no Brasil foi marcada pela luta em prol da redemocratização. Adilson Monteiro, Sócrates, Casagrande e Wladimir se tornaram precursores do movimento democrático corinthiano.

Em 1982, São Paulo foi palco do primeiro processo eleitoral desde 64. Com a aproximação da eleição para governador, os jogadores do Corinthians entraram em campo com a frase "DIA 15 VOTE" estampada no uniforme, censurada em seguida pelo órgão fiscalizador do governo. Como nunca na história do Futebol Brasileiro, a política ganhou espaço dentro das quatro linhas e atingiu os verdadeiros interessados: os torcedores.

O Bando de Loucos e a imprensa esportiva cobravam resultados. As falhas nos jogos eram associadas à ideia pejorativa de 'Anarquia Corinthiana' e justificadas pelo 'erro terrível' de juntar dois elementos que se repelem: futebol e política. No docu-

mentário, Sócrates destacou: “Eu não vejo o resultado em campo preservando o movimento. Vejo o movimento fazendo resultado”. Em 1982 e 83, o Corinthians venceu o Campeonato Paulista. “Se não ganhasse, a gente não sobrevivia”, afirmou Adilson Monteiro em *Democracia em Preto e Branco*.

Em 1984, a emenda constitucional “Dante de Oliveira”, que propunha as eleições direitas, tramitou em quatro sessões na Câmara dos Deputados. Os jogadores do Corinthians participaram dos comícios na capital, que antecederam a votação e reafirmaram o apoio do clube às Diretas Já. Sócrates prometeu que permaneceria no Corinthians caso a reiteração fosse aprovada. “A reprovação da emenda impactou diretamente no Corinthians, porque determinou a saída do Sócrates e o posterior enfraquecimento da experiência democrática dentro do clube”, explica o professor de Ciências Sociais da PUC-SP.



© Giuliana Zanin

Faixa levantada pelos jogadores em 1983 exposta no Memorial do Parque São Jorge

Assim como o sonho do poder ao voto, a Democracia Corinthiana se desmanchou pelo ar. A ressaca cívica atingiu não só os corinthianos, frustrados pela ida de Sócrates para a Fiorentina, mas também os demais brasileiros desapontados pela vitória militar.

Ser corinthians

Em uma época que o futebol era um esporte elitizado, o Corinthians tornou-se a voz do paulistano pobre. Por ser o único clube do período a dialogar com o proletariado, ele expandiu seu número de sócios e torcedores, que passaram a incentivar cada vez mais a equipe nos jogos. Uma pesquisa divulgada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em junho deste ano, mostrou que 32.2 milhões de brasileiros seguem a bandeira alvinegra.

Ao longo dos anos, esse grupo foi apelidado de ‘Fiel Torcida’, visto o apoio ao time durante o jejum de quase 23 anos sem conquistar títulos. Outro nome dado foi ‘Bando de Loucos’, criado em meados de 2007, a partir de um canto entoado nas arquibancadas do Estádio do Pacaembu, que exaltava a paixão pelo Timão. “Aqui tem um bando de louco/Louco por ti, Corinthians”.

A ‘Fiel’ é conhecida por sempre apoiar o time e não vaiar durante o desenrolar

das partidas. Em entrevista ao *podcast Cara a Tapa*, o ex-treinador de futebol Abel Braga afirma que “é a pior torcida, eles não param de cantar. Pode estar perdendo ou ganhando, eles vão vaiar e xingar [só] quando acabar”.

“Não são só palavras jogadas ao vento, são números. A capacidade do Corinthians de competir dentro de casa é diferente de competir fora de casa.”, comenta o jornalista Victor Pozzela, em entrevista ao **Contraponto**.

O sentimento do torcedor é definido pelo comentarista esportivo, Osmar de Oliveira: “Não sou corinthiano de coração, por que este um dia para. Sou Corinthiano de Alma, ela sim é eterna!”. Esse pensamento reforça um trecho de uma entrevista do ator Dan Stulbach no documentário *Sou Corinthians*, produzido por Victor Pozzela e Edgar Alencar para o Globoplay, em que afirma que ser corinthiano é “uma demonstração absoluta de paixão”.

A onda dos torcedores fanáticos foi vista no Mundial de Clubes de 2012, quando o ‘Timão’ consagrou-se como o último time sul-americano a conquistar o campeonato, com mais de 30 mil corinthianos no Japão.

Em *Democracia em Preto e Branco*, José Paulo Florenzano coloca a torcida corinthiana como “um bando de militantes”, que apoiou a experiência democrática do clube na década de 80. Cerca de 40 anos depois, a ‘Fiel Torcida’ permanece ativa nos campos políticos. A contratação do treinador Cuca, acusado de estupro em 1987, se concretizou em abril deste ano e foi alvo de críticas de movimentos corinthianos como “As brabas” e “Respeita as minas!”.

Durante a estreia de Cuca contra o Goiás, o time de futebol feminino do Corinthians emitiu uma nota oficial sobre o caso: “Estar em um clube democrático significa que podemos usar a nossa voz. ‘Respeita as Minas’ não é uma frase qualquer. É um estado de espírito e um compromisso compartilhado. Ser Corinthians significa viver e lutar por direitos todos os dias.”



© Ricardo Trida/Estádio

A “Fiel” no Aeroporto Internacional de Guarulhos no embarque do time ao Japão em 2012

Camisas de time e o impacto da cultura esportiva na moda urbana brasileira

Além do simbolismo futebolístico, a peça excede as arquibancadas e passa a oferecer estilo e representatividade

Por Felipe Oliveira, Giulia Cicirelli, Kawan Novais, Matheus Monteiro e Renan Barcellos

O mundo da moda é um lugar sem regras, “até a roupa mais simples pode ser estilosa se você a usar com confiança”. A típica frase motivacional tirada do site “frasesdobem” reflete a realidade do uso das camisas de time, que além de serem enxergadas como algo exclusivo ao ambiente esportivo, foram julgadas e vistas como uma espécie de vestimenta informal. Mas essa visão foi mudando com o tempo, e hoje é comum encontrarmos roupas originárias dos uniformes de equipes de futebol ocupando espaço no guarda-roupa das pessoas, e sendo usadas na criação de novos estilos e combinações de algum visual.

A incorporação das camisas futebolísticas no universo do *Streetwear* (moda urbana) foi outro grande responsável pela ascensão de seu uso. Felipe Pelosi, vendedor e dono da loja “Camisas Fan Clube”, localizada na Galeria Ouro Fino, na Rua Augusta, Centro de São Paulo, ressalta que a presença de peças de uniformes de clubes, até o começo dos anos 2000, era meramente para demonstrar apoio às equipes e, dificilmente, usadas em um contexto mais urbano ou com alguma relação à tendência de vestimenta. “Nos anos 90 e início dos anos 2000, não se usava muito (camisas de times) como moda, era mais para torcer e ir ao estádio”, relata o vendedor.



© Felipe Oliveira

Algumas das camisas de time da loja “Camisas Fan Club”

Ao migrar do âmbito futebolístico para o universo da moda, cada vez mais, o uso dessas camisas é misturado com diferentes estilos de roupas, conquistando tanto as pessoas apaixonadas pela modalidade esportiva, quanto as que não são adeptas. “De uns três anos para cá, entrou forte na moda e extrapolou. Pessoas que usam roupas com marcas de luxo combinam, principalmente, as relíquias (uniformes retrô) com algumas peças de grife, como Louis Vuitton, Gucci e Prada”, comenta Pelosi. Além disso, ele enxerga que, com escolhas e buscas por cores mais fortes e vibrantes, nesta tendência *Streetwear* unida à tendência esportiva, há uma inserção da comunidade LGBTQIA+.

Pelosi cita ainda aqueles que não torcem para nenhum clube ou que não são próximos do desporto, mas que mesmo assim escolhem peças esportivas pelo tipo de gola, tecido ou cor, resultando em um mercado ainda maior e diverso. O vendedor enxerga que esse estilo tem uma grande variedade de gostos, que não há certo ou errado, e assim como o futebol, a moda é inclusiva e atinge grande parcela da sociedade.

Do periférico ao luxuoso

Com o fortalecimento de movimentos culturais mais ligados à periferia na virada do século as camisas de times passaram a ser mais frequentes em bailes, propagandas por artistas que as usavam publicamente em shows, clipes e até mesmo no dia a dia: “Principalmente na periferia, onde esse estilo foi se propagando, assim como na Baixada Santista e outros bairros periféricos. Além dos movimentos do *Hip-hop* e *Funk*, que também começaram a usar com mais frequência, o que consequentemente incentivou as pessoas a se vestirem de tal modo”, explica Pelosi.

Além de tudo, essas vestimentas trazem também um valor sentimental, sobretudo ao público infantil, em função de muitos jogadores terem uma identificação declarada às comunidades. Assim, estampar o Ronaldinho ou o Adriano em suas camisas é como uma forma de se sentir em contato com um ídolo, e, ao mesmo tempo, utilizar uma roupa de super-herói, que alimenta o imaginário e a vontade de se tornar um jogador de futebol.

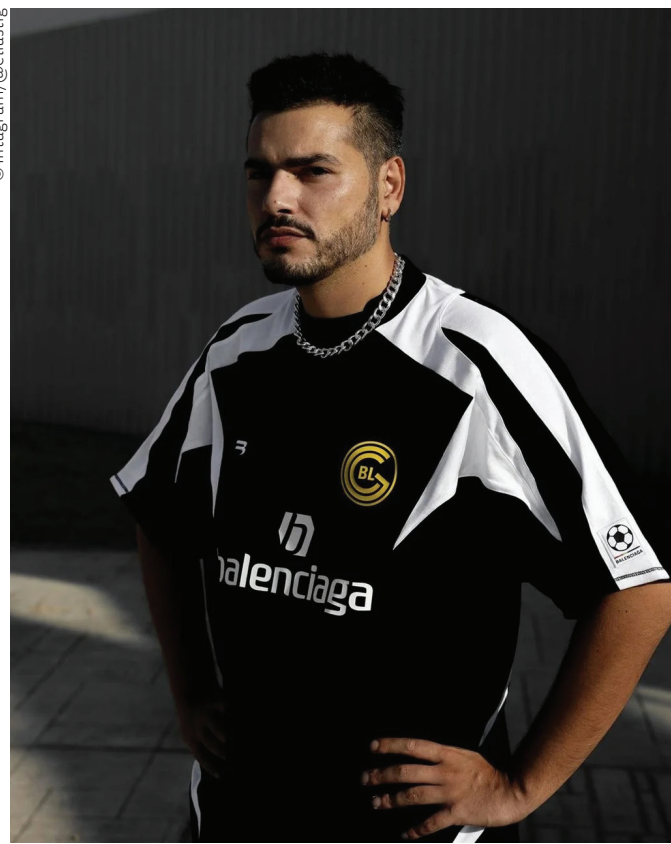
Nas periferias as camisas de clubes eram tratadas como algo raro e suntuoso. Já que são comercializadas por um preço elevado, quem possuía o item o ostentava como um artigo de luxo e fazia questão de usá-lo em qualquer ocasião. Mas a pirataria chega para mudar o cenário e

fortalecer a popularização do artigo no cenário periférico.

Com esse desejo e cobiça, a indústria informal percebeu a alta demanda e quis lucrar dentro desse nicho. Os preços mais acessíveis atraíram pessoas que não tinham condições de pagar por um item original e se sujeitavam a comprar pelo mercado paralelo, assim, contribuindo em sua popularização de qualquer forma.

No Brasil, em lojas oficiais de produtos esportivos originais, como a *Puma*, *Nike* ou *Adidas*, o preço de uma camisa de time ‘versão torcedor’, pode chegar até R\$ 400,00, valor que, atualmente, resulta em 30,3% de um salário mínimo atual (R\$ 1320,00). Em 2020, o Fórum Nacional contra a Pirataria e Ilegalidade estimou que os clubes de futebol brasileiro deixaram de lucrar quase R\$2 bilhões devido às falsificações de camisas.

© Instagram/@eliastig



Camisa Balenciaga coleção outono/inverno 2020

Já a moda de luxo, no início de 2020, observando o potencial de adentrar a essa estética urbana, passou a ser forte colaboradora para a ascensão do vestuário futebolístico, contribuindo com a propagação de seu uso. Pioneira, a renomada marca espanhola de alto luxo *Balenciaga*, lançou em seu desfile de inverno, uma camisa com fortes referências de uniformes usados por times. Em 2022, através de uma

collab (colaboração, em português) com a alemã *Adidas*, a marca espanhola voltou a se relacionar com o esporte. Em um desfile realizado na Bolsa de Valores, de Nova Iorque, a colaboração entre as empresas lançou uma coleção de uniformes do *Manchester United*, um dos principais clubes do futebol inglês.

A parceria fortaleceu ainda mais uma tendência que ocorre no Reino Unido desde o início dos anos 2000, o *Blokecore*. Surgido na Inglaterra, que assim como o Brasil, tem fortes relações culturais com o futebol, essa onda relaciona os elementos esportivos incorporados em visuais cotidianos.

Despontando na rede social *TikTok* e dominando outras plataformas, o *Blokecore*, baseia-se na junção dos termos *bloke*, que tem o mesmo sentido de “colega”, e *core*, que denomina “estilo”. Essa vertente de moda consiste na reinterpretação das camisas futebolísticas no costume urbano, misturando-as com roupas jeans, jaquetas e calças de alfaiataria.

A tendência teve forte adesão no Brasil, sobretudo nas periferias que adaptaram seu estilo com referências culturais brasileiras. O uso de camisas de time virou parte do dia a dia de milhões de brasileiros, que as misturam com bermudas, chinelos e inúmeras combinações de roupa, sejam elas esportivas, casuais ou de luxo.

Influenciadores digitais e moda urbana

Na *Streetwear*, o uso dessas roupas se tornou um dos nichos de referência ao estilo cotidiano, atraindo a atenção de pessoas que nem sequer estariam interessadas no esporte ou no conteúdo relacionado à sua vestimenta. Os *looks*, fotos e até mesmo as peças escolhidas precisam chamar a atenção do público, e essa necessidade é o que torna o estilo ainda mais complexo.

Ainda que o uso de uniformes futebolísticos no dia a dia seja comum entre o público masculino, o crescimento entre as mulheres é notável. Para o **Contraponto**, Camilly Dias, fotógrafa, dona de um brechó focado em camisas de times, o “*Pokitodestilo*” e produtora de conteúdo nas redes sociais, que acumula mais de nove mil seguidores no *Instagram*, comenta sobre o funcionamento deste novo mercado.

“Primeiro eu faço uma pesquisa de campo para saber para qual time o pessoal mais torce; depois procuro referências sobre esse clube e como ele afeta a vida das pessoas. Tentar entender os sentimentos e sensações que o time leva para seus torcedores e levar isso para o meu conteúdo, principalmente, do audiovisual, que é a



© Instagram/Camilly Dias

A mistura de estilos com camisas de time se tornou uma nova tendência de moda urbana

parte que acho mais importante para conquistar meus clientes”, comenta Dias.

Para a fotógrafa, as redes sociais, como o *Instagram*, *Pinterest* e *TikTok* são fortes referências para a montagem de *looks* no nicho da moda. “Na hora da produção do produto sempre busco muitas referências e faço um *board* (quadro) para ver quais detalhes fazem mais sentido e trazem vida e sentimento pra peça.” Perfis como esse, mostram que a moda é algo que deve abranger a todos e que está sempre aberta a novas possibilidades.

Significado além da estética

Salvo a representação da identidade visual dos clubes de futebol, essas camisas carregam consigo diferentes significados, sejam estes a reprodução de algum fato histórico, sejam um simbolismo ideológico.

O uso da “amarelinha”, camisa do uniforme da Seleção Brasileira de Futebol, se tornou politicamente relevante nas últimas duas eleições à presidência do Brasil, se transformando em um elemento estético apropriado pelo bolsonarismo, movimento político ligado ao ex-presidente Jair Bolsonaro. Em manifestações, seus apoiadores usaram a camisa “canarinho” como um

objeto político representando o patriotismo defendido por este aspecto ideológico.

Em novembro de 2022, às vésperas da Copa do Mundo de Futebol masculino, a Confederação Brasileira de Futebol (CBF) lançou uma campanha publicitária com o objetivo de despolitizar a camisa da Seleção Brasileira. Na ocasião, foi feito um vídeo do então novo uniforme com a música “Tão Bem”, do cantor Lulu Santos, como trilha sonora. “É para mostrar que todos podem se sentir bem com a camisa da Seleção”, comentou Ednaldo Rodrigues, presidente da entidade, em uma coletiva de imprensa após o lançamento desta campanha.

Em 9 de janeiro de 2023, um dia após bolsonaristas realizarem um ato antidemocrático ao invadirem e vandalizarem os prédios do Supremo Tribunal Federal (STF), Congresso Nacional e o Palácio do Planalto, ambos localizados em Brasília, a CBF promoveu outra ação em torno da associação política e partidária no uniforme da amarelinha. Desta vez, a entidade manifestou-se repudiando o ataque terrorista. Em nota, a CBF ressaltou que o significado da camisa deve ser para unir, torcer, vibrar e amar o país, e não o separar.

Apoiadores de Bolsonaro usam camisa da seleção brasileira de futebol em ato antidemocrático em Brasília



© Evaristo Sá/AFP

Economia que gira o futebol: o dinheiro que ninguém vê

Em meio às cifras astronômicas pagas por grandes astros, muitos ganham a vida longe dos holofotes

Por Gabriel Alberto Louzado Facchini, Guilherme de Souza Campos, Guilherme Silvério Tirelli e Rafaela Eid Lucio de Lima

Um dia de luz em uma noite de quarta ou quinta-feira. O que é intrigante para muitos acontece praticamente todas as semanas nos arredores das arenas e estádios brasileiros. No coração de São Paulo, o antigo Palestra Itália deu lugar ao moderno Allianz Parque e lá diversos bares temáticos abrem as portas horas antes das partidas, criando uma atmosfera festiva antes mesmo do apito inicial.

Dentro de campo, os dribles de Raphael Veiga, Dudu e Artur encantam a torcida alviverde. Fora dele, o Palmeiras ajuda a transformar diariamente a vida de inúmeras famílias que vislumbram no círculo do futebol, uma oportunidade de subsistência. Uma das pessoas imersas nessa realidade é Diogo Rocha, um dos funcionários do 'Vigaristas Bar', ponto de encontro frequente dos palmeirenses.

O comerciante – que tira seu sustento perto, mas 'longe' das quatro linhas –, garante que em dias de Libertadores ou Copa do Brasil, o movimento no local é consideravelmente maior do que na calmaria habitual do restante da semana. A principal fonte de receita do estabelecimento, segundo ele, provém do comércio de bebidas alcoólicas antes e depois das partidas. Porém, as nuances do mundo esportivo vão muito além das garrafas de cerveja e do espetáculo. Afinal, do que realmente vive o futebol?

Em dezembro do ano passado, o Real Madrid superou a concorrência de outros gigantes europeus e concretizou a contratação de Endrick, por 72 milhões de euros. Alguns meses depois, durante a janela de transferências de verão no velho continente, o maior rival dos galácticos desembolsou quantia similar para contar com o futebol de Vitor Roque. Por pouco mais de 74 milhões de euros, o Barcelona firmou um acordo junto ao Athletico Paranaense para levar o atacante à Espanha em janeiro de 2024.

Devido ao enorme potencial que ambos demonstraram nos últimos anos, as taxas exorbitantes pagas pelos grandes clubes espanhóis não surpreendem. Vistas com bons olhos pelas diretorias do Palmeiras e Athletico-PR, as transferências aumentaram o fluxo de caixa das duas instituições. Contudo, o dinheiro arrecadado



Fachada do 'Vigaristas Bar' em frente ao Allianz Parque

© Guilherme Tirelli

Nesse sentido, o torcedor pode ver seu time do coração perder de quatro a zero, esperar horas na fila para entrar no estádio e até enfrentar um trânsito descomunal na saída do estacionamento. Ainda assim, ele retornará ao local na semana seguinte para acompanhar o próximo jogo. A paixão emerge e em meio à desilusão e os adeptos encontram forças para continuar apoiando sua equipe. Em outras palavras, o futebol não sobrevive sem eles, pois clube algum consegue se sustentar sem sua torcida, afinal é ela quem paga o ingresso.

com a venda de atletas é apenas uma parcela da renda dos clubes de renome que, frequentemente, disputam as competições de maior prestígio na América do Sul. Equipes badaladas como Corinthians, Flamengo e Grêmio, por exemplo, possuem inúmeras fontes de receita, em especial com as cotas de patrocínio, direitos de transmissão dos jogos e a venda de ingressos e produtos licenciados. Mas como funciona no Mirassol ou no Bangu?

No caso de times com orçamento mais enxuto, o foco de receita costuma variar conforme a necessidade de cada agremiação, como salienta o professor da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), Luiz Claudio Zenone. De acordo com o especialista em marketing e consultor empresarial, a venda de jogadores é o que sustenta o Ituano, por exemplo.

“Existe todo um estudo que envolve olheiros muito capacitados, além de um grupo de profissionais que vão atrás de jovens talentos. Em outras palavras, compram um atleta por R\$100 mil, colocam para jogar no Campeonato Paulista e vendem por R\$1 milhão”, explica Zenone.

Em um contexto global, entretanto, o professor e escritor Gerardo Molina indica que são os torcedores que, de fato, sustentam o futebol. Conforme afirma o perito em patrocínio esportivo, toda ação de marketing se desenvolve através dos 4P's (Produto, Preço, Praça e Promoção). Dessa forma, a junção de todos esses parâmetros é o que dita o sucesso de uma marca no mercado. Mas o futebol extrapola fronteiras e conceitos pré-estabelecidos e admite o “quinto P”, a Paixão.

Além da bilheteria e das partidas de futebol

A comercialização do patrocínio é, na atualidade, um dos grandes captadores de dinheiro para os esportes, especialmente para o futebol. Recentemente, muitas modalidades atravessaram um processo caracterizado pela mercantilização ou comodificação que, como o próprio nome sugere, baseia-se essencialmente na transformação de um objeto ou evento em mercadoria.

Antigamente, a criação de vínculos com outros praticantes e o lazer eram características centrais, marcantes e estruturais do futebol, mas após adotar essa mercantilização, o desporto aparenta ter perdido um pouco da vertente esportiva, passando a ser considerado, sobretudo, produto – já que as organizações e federações assumiram adotar elementos do universo empresarial, como o foco na eficiência, resultado e competitividade para trazer o consumidor para perto.

Após 1980, também com o advento das práticas neoliberais, o processo ganhou um novo desdobramento: a ‘hipercomodificação’, ou seja, um aumento das fontes e volumes de capital no setor de esportes, de tal forma que diversos segmentos do futebol passam a ser comercializados, adquirindo valor de troca. Como resultado disso, a modalidade passa a figurar um espaço de relevância no que diz respeito à economia global. Atualmente, esse setor movimentou bilhões de dólares mundialmente.

Exemplo disso são as plataformas de streaming que deram início a uma nova era dentro do mercado de entretenimento. Na



© Guilherme Tirrelli

Corinthianos dentro das dependências da Neo Química Arena

atualidade, elas também são responsáveis pela popularização e captação de verba para o futebol. Nas mãos dos executivos, os direitos de transmissão dos eventos esportivos passam a ser aliado fundamental de marketing das grandes corporações de mídia para atingir as audiências em um ambiente de mídia fragmentado, conforme aponta o artigo *A Economia Cultural do Futebol Brasileiro no Século 21: Híbridez, Commodificação e Contradições* (2019), de Ana Carolina Vimieiro, Alice Queiróz, Giovana Maldini e Maria Carolina Martins.

Sob a ótica da “hipercomodificação”, o mercado cultural não poderia ficar de fora. Quase tudo relacionado ao universo do futebol vira pauta dentro e fora de campo, nos mais diversos setores referentes ao lazer, para além das partidas que passam na televisão ou nas plataformas de *streaming*. Assim, as produções em torno do assunto se convertem em produtos, consumidas em larga escala ao redor do planeta.

Um fenômeno perceptível na contemporaneidade é que o público passa a se interessar não só pelas disputas, mas também pelos atletas e suas histórias. Nesse sentido, os documentários, os livros, as séries e as biografias se tornam objeto de interesse dos telespectadores, fãs da modalidade e daqueles que não se interessam tanto por futebol, uma vez que se inteirar dos assuntos discutidos nas redes sociais é vital para fazer parte dos ecossistemas dessas plataformas, ainda que o indivíduo não seja apaixonado pelas partidas.

Na Netflix, a série *Neymar: O Caos Perfeito* (2022), por exemplo, aborda desde a vida do atleta enquanto jogador de futebol, como também as dificuldades que o atacante atravessou na carreira em decorrência de lesões. A produção ainda destaca alguns aspectos pessoais da relação do camisa 10 da Seleção Brasileira, com o seu pai e empresário. Por mais que as cenas não contemplam apenas os dribles, gols e assistências do ídolo santista, o público se senta para assistir. De maneira idêntica, livros que tratam de um dos maiores jogadores de futebol de todos os tempos, o Pelé, são vendidos nas livrarias físicas e online, como *Pelé: A Autobiografia* (2006), *Pelé: A Importância do Futebol* (2014), *Pelé:*

Why Soccer Matters (2015), *Pelé, a Minha Vida* (2006), entre outros.

Só para ilustrar o impacto dessas estrelas, até mesmo as roupas que os atletas usam se tornam objeto de desejo dos consumidores. Eles acabam criando tendências de moda e viram referências na forma de se vestir para outros jogadores e para o público em geral.

Vinicius Jr., um dos nomes mais aclamados no futebol mundial, revelou, no ano passado, que seu interesse pela moda surgiu ao ver os jogadores da liga de basquete norte-americana

NBA (do inglês, National Basketball Association) e ao acompanhar Lewis Hamilton, piloto da Fórmula 1. Além dele, outros também se interessam pela moda, como Eduardo Camavinga, lateral e volante do Real Madrid.

Camavinga desfilou em julho do ano passado, para a marca de roupas de grife Balenciaga, na Paris Fashion Week. Nas redes sociais, o francês já vinha mostrando seu interesse pelo mundo da moda e teve a oportunidade de participar, influenciando quem se interessa por ele e pelo seu esporte.

O futebol é muito mais que um esporte, já que adentra todos os aspectos da vida dos telespectadores, pois se tornou uma mercadoria muito bem comercializada e consolidada nas negociações globais, tanto por meio do patrocínio de grandes marcas e empresas, quanto por meio do setor cultural.

Naming Rights e elitização dos estádios

Seguindo a linha do marketing, outro viés que têm dominado os esportes mundiais, mas principalmente o futebol, são os *Naming Rights* e tudo que eles envolvem. Em 1926, quando William Wrigley vendeu seu sobrenome ao estádio do Chicago Cubs, mudando de Weegham Park para Wrigley Field, ele não tinha as mesmas intenções que grandes empresas e

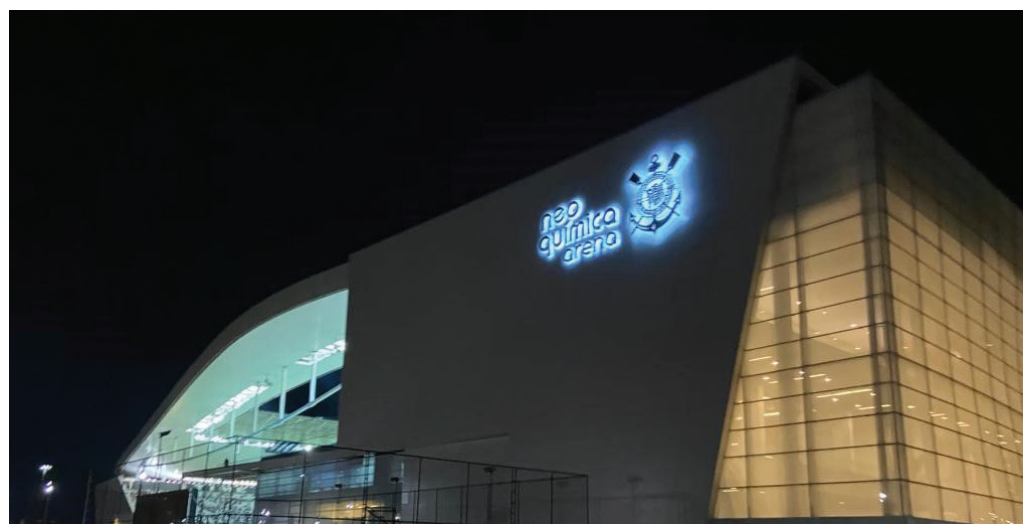
multinacionais têm hoje em dia, porém, iniciava ali uma das estratégias mais lucrativas de toda a história.

Inicialmente, os estádios eram mais simples: carregavam todo um caráter histórico, significados e paixões antes de qualquer coisa, com seus nomes como forma de homenagem a figuras marcantes que ali um dia jogaram. Agora, o que se vê são nomenclaturas que reverberam um conjunto de marcas e registros, característicos de um mundo envolto na tecnologia e no dinheiro. Exemplo disso é o extinto Parque Antártica, que um dia viveu momentos de glórias dentro das quatro linhas e hoje é um local suntuoso, transformado e recriado para ser mais que apenas uma arena, mas também um local para shows, eventos e tudo que o agora conhecido como Allianz Parque, puder alocar.

Este é apenas um caso, mas exemplos não faltam pelo Brasil: a arena do Corinthians, que leva o nome do laboratório farmacêutico Neo Química, teve um investimento total que gira em torno dos R\$ 300 milhões, valor diluído ao longo dos 20 anos de contrato. Segundo José Paulo Florenzano, doutor em ciências sociais e professor da PUC-SP, a tendência é que, a cada ano que passe, os *Naming Rights* se tornem cada vez mais presentes no mercado futebolístico, contribuindo para uma disparidade nas disputas por títulos e campeonatos.

“A história é dinâmica e não é impossível que isso mude a médio ou longo prazo, mas hoje, a tendência é do fortalecimento de uma elite dentro do futebol e não de um equacionamento mais democrático e justo da distribuição de verba”, diz Florenzano.

O professor faz um balanço entre um futebol mais chique, em que os gigantes e as grandes empresas andam lado a lado, sendo o dinheiro mais importante que a tradição, em contraste com a paixão do torcedor raiz que acompanha e segue seu clube de coração independente da fase ou das marcas que o acompanhe. Em suma, o futebol se torna um produto cada vez mais difícil de ser consumido, como explica Florenzano: “Eu acho que empobrece a riqueza do que é esse esporte, do ponto de vista cultural, da diversidade e da riqueza de significados que gira, ou girava no entorno das disputas”, finaliza o professor.



© Guilherme Tirrelli

Logomarca da Neo Química no estádio do Corinthians

Arábia Saudita usa o esporte para mudar a própria imagem em meio a questões com direitos humanos

Sob o comando do príncipe Mohammed bin Salman, o país gasta bilhões de dólares com futebol na tentativa de mascarar histórico de violência contra grupos minoritários

Por Antônio Bandeira, Bruno Scaciotti, Giovanna Rahhal, Gustavo Manfio e Leonardo de Sá

Não há dúvidas que esportes permeiam todas as culturas do planeta. Algumas modalidades são mais populares do que outras, e quanto mais dinheiro é investido nesse âmbito, mais visibilidade ele adquire em todos os cenários.

O exemplo mais notório é o do futebol, que segundo pesquisa da empresa Sports Value, os montantes movimentados pelo esporte são superiores a 300 bilhões de dólares anualmente. Um valor que tende a crescer ainda mais com o aparecimento de novos protagonistas, dentro e fora dos gramados.

A Arábia Saudita, país acusado de diversos crimes que violam direitos humanos – como o da morte do jornalista Jamal Ahmad Khashoggi, e da restrição de direitos a mulheres, imigrantes e homossexuais – usa o esporte para ‘aliviar’ a própria imagem diante da sociedade.

Em 2015, a ascensão do rei Salman e do herdeiro escolhido, príncipe Mohammed bin Salman, mudou a forma de enxergar o esporte no mercado saudita. Tradições foram rompidas desde então.

Em entrevista à revista The Conversation, os especialistas em Relações Internacionais, Ben Rich e Leena Adel, da Universidade Curtin, na Austrália, afirmam que a meta de Bin Salman é transformar o governo autoritário saudita, como fizeram Emirados Árabes Unidos e Qatar.

“Ele quer imitar estes estudos de caso de sucesso através da reforma econômica, da modernização militar, da inovação tecnológica, da modernização cultural e da abertura do reino ao envolvimento e intercâmbio culturais cosmopolitas”, disse Rich.

Modernizar os símbolos sauditas faz parte das metas do chamado “Saudi Vision 2030”, plano do governo de Bin Salman, que visa a diversificação da economia do país.

O objetivo é diminuir a dependência do petróleo e focar em outros setores, como o turismo e a infraestrutura. A evolução do esporte até a data que dá o título ao programa é uma das metas do Saudi Vision 2030.

Diante dos crescentes investimentos do Estado e das recentes crises humanitárias na região, os esforços para sediar grandes torneios e a vinda de grandes estrelas do futebol se transformaram na prática conhecida como *sportswashing*.

O termo se refere à utilização do esporte para melhorar a reputação de um determinado governo ou Estado, de modo a atrair a atenção midiática de maneira

positiva e que, por consequência, disfarce e encubra os crimes cometidos.

“Quando falamos de *sportswashing*, estamos falando de um mecanismo de poder brando, que é mais complexo, pois está dentro dos valores culturais, ideológicos e morais”, explicou o professor da PUC-SP e doutor em Relações Internacionais pela UNESP (Universidade do Estado de São Paulo), Rodrigo Amaral, em entrevista exclusiva ao **Contraponto**.

Não existe um marco inicial definitivo desta prática, entretanto o governo fascista italiano ficou conhecido pela influência nas Copas do Mundo de 1934 e 1938, nas quais a Itália se consagrou campeã.

O termo *sportswashing* só começou a ser utilizado em 2003, na campanha contra o governo de Ilham Aliyev, tirano do Azerbaijão. O ditador comanda o país desde a morte do seu pai, em 12 de dezembro de 2003, e o tornou um dos Estados mais rigorosos do mundo.

Diante desse cenário, o primeiro grande investimento do governo saudita em uma empresa esportiva estrangeira foi em 2018, quando o Ministério do Esporte local assinou um contrato de dez anos para sediar eventos da World Wrestling Entertainment (WWE), o montante do acordo ultrapassa os US\$100 milhões anuais.

De acordo com o jornal britânico Financial Times, a Arábia Saudita pretende investir parte do Fundo de Investimento Público (PIF) – patrimônio governamental criado em 1971 para investimentos diversos – de 650 bilhões de dólares, para desenvolver outros esportes, como golfe e tênis, muito populares no país.

Os sauditas também estão presentes na Fórmula 1, sendo um dos principais patrocinadores globais. A Saudi Aramco, companhia petrolífera estatal, passou a estampar a própria marca nas corridas em 2020. No ano seguinte, a Arábia Saudita começou a sediar um *Grand Prix* da categoria.

Em 2022, o PIF comprou 17% da equipe Aston Martin. E a lista segue: grandes eventos de boxe, com o lutador britânico Anthony Joshua lutando no país duas vezes, corrida de cavalo e competições de sinuca. Entretanto, o maior destaque é o investimento massivo no esporte mais popular do mundo: o futebol.

Em janeiro de 2021, o reino saudita fez a primeira investida na modalidade. Lionel Messi, um dos maiores nomes da história do esporte, foi contratado como ‘garoto-propaganda’ da Arábia Saudita, em um contrato multimilionário de três anos.

O campeão mundial argentino recebeu 25 milhões de dólares para promover o turismo no país. O atual atacante da Inter de Miami (EUA) faz comerciais e publicações em redes sociais, mostrando as viagens ao país.



Lionel Messi promovendo o turismo Arábia Saudita em seu Instagram através de uma parceria paga do governo local

Vale ressaltar que, de acordo com o contrato, Messi não pode dizer nada que, potencialmente, manche a imagem em construção do país.

Pouco depois, em outubro do mesmo ano, o Newcastle United, clube da Premier League – primeira divisão da liga inglesa de futebol – foi comprado pelo fundo de investimento da Arábia Saudita, em uma transação que girou em torno de 400 milhões de euros.

Os sauditas haviam feito contato anterior, mas, após a Premier League e o governo inglês acusarem o país de transmitir jogos da competição de maneira ilegal, a negociação pausou. Somente um acordo entre o governo árabe e a emissora beIN Sports, do Qatar, permitiu que a liga inglesa liberasse a conclusão dos negócios.

Em dezembro de 2022, ocorreu o que pode ser considerado a ‘virada de chave’ para a Saudi Pro League (SPL). A Arábia Saudita contratou sua primeira estrela para a liga nacional: Cristiano Ronaldo.

© Reprodução/@leomessi



Cristiano Ronaldo em sua apresentação no Al-Nassr após assinar o contrato mais valioso da história

Um dos maiores jogadores da geração, eleito cinco vezes o melhor jogador do mundo e a pessoa com o maior número de seguidores nas redes sociais, assinou com o Al-Nassr após rescindir o contrato com o Manchester United, da Inglaterra.

O vínculo vai render ao atleta, ao longo de dois anos e meio, incluindo acordos comerciais, cerca de 500 milhões de euros, divididos em 200 milhões por temporada, no, até então, maior contrato da história do futebol.

A visibilidade de Cristiano Ronaldo foi fundamental para a SPL dar um grande passo no objetivo de se tornar uma das principais ligas do mundo.

Em junho de 2023, o ministro do esporte do reino saudita anunciou que o PIF – o mesmo que é detentor de 80% do Newcastle – tomaria o controle de 75% dos quatro times fundadores da liga: Al Ahli, Al Ittihad, Al Hilal e o Al Nassr.

As diretorias desses clubes passaram a ser compostas por sete membros, sendo cinco deles nomeados pelo fundo e dois nomeados por organizações sem fins lucrativos.

Outros clubes da SPL também tiveram a estrutura acionária alterada, porém, dessa vez por empresas. Medidas como essa fazem parte do plano do príncipe Mohammed bin Salman, de atrair investimento ao setor de esportes e de triplicar, até 2030, o valor de mercado e as receitas comerciais da liga saudita.

Somente na janela de transferência de 2023/24, a SPL gastou mais de 800 milhões de euros em contratações, segundo dados da plataforma especializada em transações esportivas, Transfermarkt. O número representa o recorde de gastos na compra de jogadores no campeonato da Arábia Saudita.

Dessa forma, a liga gastou, até o momento, mais do que quatro das cinco grandes ligas europeias e se tornou o segundo campeonato que mais desembolsou dinheiro em contratações no mundo, atrás apenas da Premier League, que gastou cerca de 2,2 bilhões.

tradicional angariam grandes montantes em vendas, a SPL só recebeu cerca de 27 milhões de euros com a saída de jogadores, contra mais de 1 bilhão de euros da Premier League, por exemplo.

A transferência mais cara até o momento foi a da estrela brasileira Neymar. O atleta foi comprado pelo Al-Hilal, que desembolsou 90 milhões de euros para tirar o atacante do Paris Saint-Germain, da França.

O atacante receberá o terceiro maior salário do mundo, cerca de 320 milhões de euros ao longo de duas temporadas. Esse valor só o deixa atrás de Cristiano Ronaldo e Karim Benzema, que também atuam na Liga Saudita.

Além deles, outros renomados atletas que chegaram para jogar no golfo foram: N'golo Kanté, Malcom, Rubén Neves, Koulibaly, Mahrez, Jordan Henderson, Sadio Mané, Brozović, Milinković-Savić, Fabinho, Laporte, Roberto Firmino, Édouard Mendy e Alex Telles.

O antropólogo e professor do Instituto de Filosofia e Ciências Humanas da UFRGS, Arlei Damo, em entrevista ao **Contraponto**, duvida que o interesse saudita seja de retorno financeiro.

“Até onde se sabe, não há previsão de retorno ao fundo estatal do bilhão de dólares que foi destinado aos quatro principais clubes das duas principais cidades sauditas para atrair celebridades futebolísticas. Nenhuma empresa privada destina recursos sem expectativa de retorno – nem para a filantropia”, aponta Damo.

“Tampouco se pode pensar como uma estratégia meramente econômica. Comparar clubes consolidados pode gerar bons dividendos? Às vezes eu leio isso na mídia esportiva, mas sempre como uma possibilidade ou referindo-se a casos pontuais.

O professor ainda afirma que a modalidade é um tipo de investimento que oferece muitos riscos e por isso, é uma aposta dos bilionários sauditas.

“Os clubes ingleses que foram ‘cotizados’ na bolsa de valores nunca decolaram e nem o farão, provavelmente. Futebol é

um tipo de investimento muito arriscado, mais afeito a bilionários que podem correr riscos sem comprometer suas reservas em troca de uma experiência hedonista ao alcance de poucos, do que um tipo de investimento seguro, que poderia atrair um fundo de pensão, por exemplo”, conclui o especialista da UFRGS.

O principal objetivo do príncipe Bin Salman, baseado no modelo de sucesso implementado nos Emirados Árabes Unidos e no Qatar, é estabelecer controle e grande influência em esportes populares. Dessa forma, a Arábia Saudita teria mais capacidade de se engajar com a cultura ao redor do mundo e mudar a visão que o público geral possui do país, se mostrando uma nação moderna e dinâmica.

“Nós temos o caso do Qatar também sendo apoiado, dizem que por esquema de corrupção nos votos na FIFA, porém teve aprovação internacional para ser o país sede da Copa do Mundo. Também é um estado petrolífero, que tem essa interlocução entre os valores conservadores, que mantém sua estrutura monárquica, familiares, ao mesmo tempo que são Estados que se modernizam em termos de tecnologia. Esses países tentam sempre se mostrar como atualizados, com tecnologia de ponta, projetos sustentáveis, economia verde e etc”, explicou Amaral sobre a inspiração saudita no governo catari.

E os esforços da Arábia Saudita no programa “Saudi Vision 2030” se ampliam ainda mais. O país também tem dois projetos ambiciosos para mudar a opinião pública acerca de práticas domésticas de repressão, violência e violação dos direitos humanos.

Apesar de ter desistido de uma candidatura conjunta com Grécia e Egito para sediar a Copa do Mundo de 2030, o governo saudita ainda pretende receber o torneio em breve. Os grandes investimentos em estrelas para qualificar a liga nacional foram apenas o começo do plano que tem o Mundial masculino, um dos maiores eventos esportivos do planeta, como a maior e mais importante meta.

Fora dos esportes, o país projeta a construção de uma megalópole do zero no meio do deserto. O local, com porte para ser um pequeno país, terá aeroporto, uma cidade industrial, milhares de hectares de plantações e até uma estação de esqui.

Apresentada como “The Line” (A Linha, em inglês), uma das estruturas do projeto será composta por dois arranha-céus paralelos, formando um longo e estreito complexo de 200 metros de largura, 500 metros de altura e 170 quilômetros de comprimento. Esta é apenas uma parte do megaprojeto NEOM, que terá outras três frentes: um centro flutuante para indústrias, um complexo de montanhas turísticas e um resort luxuoso.

Além do gramado: a revolução silenciosa

Vozes femininas marcam um novo gol de impacto, promovendo a narração esportiva e a igualdade nos microfones do futebol

Por Daniel Santana Delfino, Luciana Zerati, Lucas Tomaz Lopes e Vinícius José Pessoa Evangelista

O espaço feminino conquistado no jornalismo esportivo ainda incomoda aqueles que não admitem sua bolha masculinizada ser furada por outro gênero. Apesar disso, cresce o número de mulheres na área. “Hoje a empresa (emissora) que não abrir portas para a mulher está fadada ao fracasso”, afirma a primeira narradora de futebol da TV brasileira, Luciana Mariano, em entrevista ao **Contraponto**. Embora o futuro seja otimista, o passado ficou marcado por lutas e resistência.

Durante o século XX, era inimaginável que uma mulher tivesse protagonismo em um esporte culturalmente masculinizado, seja dentro ou fora dos gramados. O primeiro jogo de futebol transmitido na íntegra pela rádio brasileira foi em 1932, com Nicolau Tuma sendo o pioneiro da locução futebolística no país, 37 anos após o esporte ser importado, em um contexto patriarcal e elitista. Com isso, demorou mais três décadas até que uma mulher narrasse um jogo pela primeira vez. A responsável por assinar esse capítulo histórico foi Zuleide Ranieri, em 1970, na extinta Rádio Mulher-SP, um caso excepcional de uma rádio composta 100% por profissionais femininas.



Zuleide Ranieri narrando jogo pela Rádio Mulher nos anos 70

Ainda no mesmo ano, o brasileiro começou a consumir futebol através da televisão, proporcionando pela primeira vez a oportunidade inédita de acompanhar com precisão o que estava acontecendo na partida no conforto de casa, sem depender exclusivamente do exercício da imaginação. Apesar da empolgação gerada por essa novidade, muitos dos padrões de transmissões foram naturalmente importados do rádio, dentre eles, um aspecto bastante evidente: as cabines de transmissões eram ocupadas exclusivamente por homens.

Somente durante a década de 1990 é que o futebol feminino começou a dar seus primeiros passos no Brasil. Nesse período, a modalidade fez sua estreia na cena esportiva nacional ao participar da primeira edição da Copa do Mundo destinada às mulheres. No entanto, a equipe teve somente um mês de preparação e acabou sendo eliminada já na fase inicial do torneio.

O crescimento gradual desse ramo esportivo motivou iniciativas visando uma maior inclusão das mulheres na área. Em 1997, a emissora de televisão, TV Bandeirantes, promoveu um concurso a fim de selecionar uma narradora para suas transmissões, tendo como vencedora Luciana Mariano, de apenas 21 anos na época. “O meio era tão masculino que tudo no meu em torno me dizia que eu estava fazendo algo errado”, relata a narradora.

Aceitação e diferenças

Embora o público feminino seja mais diversificado nesses eventos, há ainda alguns internautas e telespectadores que se sentem incomodados com o panorama atual. Nas redes sociais, não é raro ver críticas direcionadas às vozes femininas nas transmissões de futebol, muitas das vezes baseadas exclusivamente no gênero. Um dos pontos levantados nesse contexto é o principal argumento de que “as mulheres não cabem na narrativa do esporte”.

O narrador Silvio Luiz revelou que chega a trocar de canal ao ver uma mulher narrando. “Com sinceridade? não [gosto de mulheres narrando]. Quando vejo que a mulher está narrando eu mudo para outro canal onde tenha um homem. Não é que eu não queira que ela narre. Eu quero que ela narre, mas o meu ouvido ainda não se adaptou”, disse em entrevista ao podcast PodChegar.

Segundo Luciana, ninguém é necessariamente obrigado a gostar, mas é fundamental existir respeito e apreço pela pessoa que está ali desempenhando a função de narradora: “Ninguém é obrigado a gostar. Já tive experiências de trabalhar com ele, compartilhei diversos jantares com o Silvio e fiz questão de analisar várias vezes o que ele disse. No entanto, há um ponto mais importante que ele ressaltou que é: ‘Eu quero que elas narrem’. Portanto, acredito que a questão seja simples: não gostar é uma escolha pessoal, mas é essencial que exista respeito.”



Luciana Mariano tem mais de 400 narrações na carreira

Além de Luciana, a jornalista Isabelly Moraes comenta, em entrevista para o UOL, que também defende a narração feminina: “Acho que é um processo de se acostumar com novas vozes narrando futebol. As pessoas cresceram ouvindo homens narrando futebol, então a voz masculina sempre foi muito naturalizada para quem ama futebol. Agora é o momento de naturalizar também a voz das mulheres”.

Em uma entrevista concedida à ESPN, a socióloga Jéssica Costa argumenta que por trás dos desafios enfrentados pelas mulheres há uma cultura persistente. Isso se deve ao fato de que o futebol foi originado por homens e direcionado predominantemente ao público masculino, já que nas gerações passadas, o papel da mulher era voltado ao ambiente doméstico e cultural, e o local de esforço físico, como o esporte, era visado para o gênero masculino.

Na análise da socióloga, essa perspectiva de um olhar estereotipado e, como consequência, carrega preconceitos em relação ao papel das mulheres em espaços que a sociedade considera fora de seu âmbito. “A invisibilidade e marginalização de corpos em práticas esportivas é um reflexo da mesma segregação que ocorre na sociedade como um todo.” diz Jéssica.

Desafios contínuos e impulsionando mudanças

A participação das mulheres no futebol continua a ser uma batalha constante que passa por contínuas lutas e desafios,

que estimulam as transformações. Com isso, é inegável o papel de destaque que os meios de comunicação desempenham na construção de narrativas sociais, detendo assim o poder de moldar percepções e valores na sociedade. No contexto da busca pela igualdade de gênero, a mídia assume uma função crucial para impulsionar mudanças substanciais e duradouras, ao influenciar as representações e ao conceder voz às trajetórias das mulheres no universo esportivo.

A observação não é casual, uma vez que a comunidade presencia momentos de grandes importâncias no futebol feminino. O início tardio do desenvolvimento do esporte no Brasil resultou em diversas consequências sofridas e vivenciadas ainda hoje pelas mulheres inseridas nesse meio. Ao parar para pensar que a primeira narradora de futebol na televisão brasileira só retomou suas transmissões somente em 2018, compreende-se a relevância fundamental de ter mais vozes femininas envolvidas nesse universo.

Leticia Macedo, da CazéTV, tornou-se a narradora mais jovem a narrar um jogo de Copa do Mundo aos 19 anos. Ela garante, em entrevista para o UOL, que mesmo sob críticas, a inclusão de mulheres no futebol em sua totalidade representa um avanço significativo. “Acho importante esse avanço pois contribui para uma maior diversidade de vozes e perspectivas. No entanto, ainda há um longo caminho a percorrer para alcançar uma paridade completa.”

A estreia da última Copa do Mundo feminina foi protagonizada pelas seleções da Nova Zelândia e da Noruega.

Durante a transmissão da partida no canal CazéTV no YouTube, o recurso de comentários no chat foi desativado devido à manifestação de preconceito por parte de diversos internautas aproveitando a oportunidade de visibilidade para destilar ódio sobre as mulheres. O criador do canal, Casimiro Miguel, comentou sobre o ocorrido em uma de suas transmissões: “tinha gente doando dinheiro para xingar, decidimos fechar o chat para assim ter um controle maior. A gente gostaria que fosse melhor, mas eu acho impossível.”, desabafou o *streamer*.

A narradora Luciana Mariano exaltou o posicionamento de Casimiro: “me parece que o Cazé é muito parecido com o Luciano (do Valle). Um cara de mente aberta, que está a fim de ajudar. Ele faz isso de uma maneira muito bacana.”

Ataques e críticas desproporcionais

Apesar do crescimento do espaço ocupado por mulheres no futebol em emissoras e plataformas de *streaming*, é notável o aumento significativo dos ataques nas redes sociais. Luciana destaca que a falha da sociedade reside em generalizar esse tipo de agressão. “O nosso erro é generalizado. Não é a Luciana que não narra bem, é a mulher. Você vai colocar um coletivo todo em uma caixinha? Isso pra mim vem de um preconceito estrutural.”

Segundo artigo de Otávio Nogueira Balzano, João Alberto Steffen Munsberg e Gilberto Ferreira da Silva, publicado no Portal da Câmara dos Deputados, o futebol apresenta traços característicos de uma sociedade patriarcal, uma vez que surgiu como um esporte voltado para o

entretenimento da elite e foi estruturado em torno da hegemonia masculina. Essa dinâmica se tornou natural ao ponto em que os estádios fossem espaços para que a masculinidade fosse exaltada, assim, resultando na marginalização de tudo que não se encaixasse nesse paradigma.

“Nós temos que tirar esse peso de que temos que ser perfeitas, sendo que tivemos muito pouco tempo para aprender e exercer essas funções. Precisamos permitir esse amadurecimento, não errar é impossível”, explica Luciana.

A Importância da Representatividade

A conexão das espectadoras com narradoras femininas desempenha um papel fundamental no aumento do engajamento das mulheres no cenário esportivo.

A presença dessas vozes nas transmissões preenche uma lacuna de representatividade que tem sido negligenciada há muito tempo, proporcionando um senso de identificação entre mulheres de todas as faixas etárias e os eventos esportivos. Uma das principais contribuições desse espelhamento se dá no estímulo que oferece às meninas e às jovens para seguirem carreiras nesse cenário. Ao presenciarem mulheres desempenhando papéis de destaque na narração desportiva, no jornalismo esportivo e até mesmo como atletas profissionais, as jovens compreendem sua função importante no futebol.

Para Luciana, que nunca havia considerado ser narradora, devido à ausência de modelos femininos anteriores a ela, é de extrema relevância destacar o valor do símbolo feminino no âmbito da narração e como a nova geração a motivou: “Elas me trouxeram uma coisa nova e inspiradora com as vontades delas de aprender, porque finalmente eu podia conversar com alguém de igual para igual”.

Além disso, ela expressa seu compromisso para essa nova linhagem de locutoras: “Minha missão consiste em encorajar cada jovem garota que nutre interesse em jogar, comentar ou narrar futebol: siga com determinação, aplique-se e saiba que estamos aqui para fornecer suporte”. A identificação das espectadoras com essas vozes, o estímulo para carreiras esportivas e a contribuição da mídia na desconstrução de estereótipos de gênero são fatores interligados com o potencial de estabelecer um ambiente esportivo mais inclusivo e igualitário. Através de cada narração e análise, essas mulheres abrem caminho para um futuro mais promissor e diversificado no esporte.



Transmissão durante a Copa do Mundo Feminina na CazéTV

Rainha do mundo: o legado de Marta

A última Copa do Mundo disputada pela atleta traz à tona sua grandeza e a importância da luta pelo futebol feminino dentro e fora de campo

Por Christian Policeno, Luísa Ayres, Manuela Almeida, Maria Clara Magalhães e Nathalia de Moura

Diante de um amargo empate com a Jamaica, e, conseqüentemente, a eliminação da seleção brasileira na Copa do Mundo de 2023, a melhor jogadora de todos os tempos encerrou um ciclo defendendo a camisa do Brasil. Ao longo dos anos, seu currículo esteve repleto de recordes que a tornaram a maior referência mundial da modalidade, sendo também referência para as próximas gerações de mulheres que buscam seguir a carreira futebolística.

“Para elas é só o começo, para mim é o fim da linha agora”. Desabafou a Rainha Marta em sua despedida vestindo a amarelinha.

Às margens do “riacho”, nascia a Rainha

Em Alagoas, sete anos após a extinção do decreto que proibia a execução do futebol de mulheres no Brasil, na cidade de Dois Riachos, com pouco mais de 11 mil habitantes, nascia a “Rainha do Futebol”.

Em uma humilde casa no sertão alagoano, a mãe solteira Tereza Vieira criava Marta e seus três irmãos mais velhos, Ângela, José e Valdir. Como precisava ficar fora para trabalhar, a menina ficava sob os cuidados da avó. Foram nesses momentos que acabou tendo o seu primeiro contato com o esporte.

Sem muitos recursos, jogava na terra com seus primos aos seis anos, sendo a única menina da cidade a praticar a modalidade. E foi assim que pela primeira vez sentiu a opressão das falas machistas vindas dos habitantes locais.

Marta só ingressou na escola aos nove anos. No colégio, ainda era a única menina do time, sendo obrigada a constantemente trocar de roupa em um quarto – já que o único vestiário era masculino.

José Júlio de Freitas, o “Tota”, foi seu primeiro treinador. Assim, fazia de tudo para que ela jogasse, e por vezes, até com-

prava materiais e acessórios para a pequena Marta com seu próprio dinheiro.

A garotinha viria a impressionar com sua habilidade e velocidade, além do potencial que esbanjava com a perna esquerda. Versátil, atua até hoje como meia-atacante ou atacante.

Com 14 anos, nos anos 2000, saiu de seu primeiro clube, o Centro Esportivo Alagoano (CSA) e viajou para tentar uma vaga profissional no Rio de Janeiro. Foi assim que fora eleita a atleta revelação do Campeonato Brasileiro, atuando pelo Vasco da Gama, de 2000 a 2002. Ali também conquistou o seu primeiro título.

Marta ainda defendeu outros clubes, como o São José do Rio Preto e o Santa Cruz, de Belo Horizonte. Porém, foi em 2003, defendendo pela primeira vez a Seleção Brasileira, que as coisas floresceram. Em boa exibição na edição, chamou a atenção dos suecos e abraçou a sua primeira oportunidade internacional. Jogando pela Umeå IK, presenteou a mãe com a primeira casa própria, além de conquistar a Liga dos Campeões, a Liga, a Copa e a Supercopa da Suécia.

A atacante passou por diversos clubes e países colecionando recordes: Los Angeles Sol, dos Estados Unidos – sendo artilheira e finalista da liga americana; Santos, do Brasil – vencendo a Copa Libertadores e a Copa do Brasil; e de novo nos Estados Unidos, só que dessa vez pelo Golden Price e, depois, pelo New York Flash – conquistando mais uma artilharia. Depois, voltou para a Suécia, atuando pelo Tyresö FF e Rosengård – ganhando duas Ligas e uma Supercopa. Tudo isso de 2009 até 2016. Em 2017, chegou ao Orlando Pride, dos Estados Unidos.

Na Copa do Mundo de 2019, protestou pela igualdade de gênero apontando para o símbolo de igual, azul e rosa, em sua chuteira. Em grandes competições, utiliza chuteiras de confecções próprias de sua marca. A opção de não exibir patrocinadores em seus calçados também é um protesto contra a desigualdade.

Marta foi eleita por seis vezes, a melhor jogadora do mundo. Camisa 10 da amarelinha, é a maior artilheira da história do Brasil. No total, são 486 jogos oficiais e 293 gols, segundo a GOAL.

Inspiração

Nomeada Embaixadora da Boa Vontade para mulheres e meninas no esporte pela ONU (Organização das Nações Unidas), em 2018, a Rainha do futebol inspira milhares de garotas ao redor do globo.

Apesar da etimologia de seu nome significar “dona de casa”, Marta decidiu romper estigmas, indo em busca de ser a dona desse novo mundo.

Novo, porque apesar de considerado o “país do futebol”, no Brasil, as mulheres foram proibidas de jogar bola durante quatro décadas, sob a forte alegação de que este seria um “esporte violento” e “incompatível com a natureza feminina”. Assim, a princesa Marta cresceu inspirando-se no camisa 10 da seleção masculina e também canhoto, Rivaldo, até se tornar a Rainha que todos conhecem hoje. Se antes ela não teve referência de mulheres no futebol para se inspirar, hoje, sem dúvidas, é a maior delas.

Jogando desde cedo, Marta se viu constantemente inserida em contextos opressores e extremamente masculinizados. Jogar em times totalmente formados por homens e vestindo uniformes que não condiziam com seu gênero, era um deles. Assim como ela, outras cinco meninas do clube SACI (Sociedade Amigos e Colaboradores do Iimirim), localizado na zona norte de São Paulo, também jogam em um time masculino.



Manuela, Rapha e Duda, atletas do SACI

Com idades entre 11 e 12 anos, Manuela Trevizan, Raphaella Rocchi e Maria Eduarda Chagas adoram jogar futebol e garantem que o esporte, além de passatempo, trouxe melhorias à saúde. Ainda assim, em entrevista ao **Contraponto**, deixam claro que quando se é mulher, esse jogo não dura apenas 90 minutos. Ele perpassa uma vida inteira.

“A gente tem menos incentivo do que os meninos. Falam ‘ah, ela é uma menina e está jogando futebol?!’ É como se fosse uma coisa absurda”, conta Manu Trevizan.

Raphaella Rocchi também pontua que seu maior desafio é enfrentar “todo o preconceito contra o futebol feminino”, provando que já sabe nomear e compreender exatamente o tipo de discriminação que a cerca – apesar do grande apoio



© Reprodução/ge.globo

Marta em foto de quando era criança

que recebe da mãe para continuar lutando pelo que ama.

A pequena atleta complementa dizendo que “os meninos não confiam nelas”, principalmente em momentos decisivos do jogo. “Eles não passam a bola pra gente pelo motivo de sermos meninas”, afirma.

Diante desse tipo de situação, o técnico do time, Renato Rodrigues não faz vista grossa. “Ele fala que não é porque somos meninas que nós não podemos fazer as mesmas coisas”, relata Raphaella Rocchi.

Também em entrevista ao **Contraponto**, Renato diz ainda que se preocupa com casos recorrentes de assédio que atacam o futebol feminino em todo o planeta. Um dos exemplos mais recentes aconteceu durante a premiação da Seleção da Espanha na Copa do Mundo deste ano, quando a meia Jenni Hermoso foi beijada à força pelo Presidente da Federação Espanhola, Luis Rubiales.

Apesar do apoio do treinador, algumas das atletas relatam a sensação de jogar menos tempo e serem substituídas com mais frequência. Questionado sobre isso, o segundo técnico do time, Wagner da Cruz, reproduz uma postura e frase machista. “Mulher é f***”, solta. Segundo ele, isso não passa de mera impressão das garotas.

A união faz a força

A atleta Laryssa Ribeiro Lourenço, de 18 anos, que atua na equipe sub-20 feminina do Futebol Clube Ska Brasil (FCSB), de Santana de Parnaíba, na região metropolitana de São Paulo, frisou ao **Contraponto** a importância da união das atletas na causa, apesar da rivalidade esperada no esporte.

Seguindo nessa mesma linha de pensamento, ela conta como facilita trabalhar com mulheres no dia a dia. “É muito bom ter mulheres no comando, tanto técnicas como preparadoras físicas, fisioterapeutas, psicólogas etc. Proporcionam mais conforto para nós atletas que muitas vezes passamos por mãos que nos julgaram pelo nosso gênero.”, conclui Lary.

Dificuldade: substantivo feminino

Apesar do crescimento do interesse pelo futebol feminino nos últimos anos, existe uma realidade oculta: as adversidades enfrentadas pelas atletas dentro e fora de campo.

A cultura machista que permeia a sociedade brasileira muitas vezes se reflete no esporte, com estereótipos de gênero que desvalorizam a participação e o desempenho das mulheres, além de dificultar a construção de ídolos. A baixa visibilidade midiática e a cobertura limitada dos jogos femininos contribuem para a falta de investimento adequado para infraestrutura, patrocínios e promoções.

Outro desafio enfrentado por elas é a desigualdade social. Enquanto os jogadores masculinos frequentemente desfrutam de salários exorbitantes e centros de treinamento de ponta, muitas jogadoras enfrentam contratos precários e limitações em termos de recursos disponíveis para seu desenvolvimento.



© REUTERS/Jean-Paul Pelissier

Marta mostrando sua chuteira autoral, em ato de protesto na Copa do Mundo

Mesmo com todos esses obstáculos, a luta por igualdade nos gramados tem ganhado força nos últimos anos, com movimentos e iniciativas que buscam quebrar as barreiras existentes. Países, clubes e organizações esportivas estão se empenhando em promover uma distribuição mais justa de recursos, investimentos e cobertura midiática.

À medida que há uma evolução na questão relacionada à igualdade de gênero, o futebol feminino vai se firmando como uma força transformadora. A valorização da modalidade não é apenas um ganho para as mulheres no esporte, mas um triunfo coletivo rumo a um futuro mais justo e equitativo.

Homenagem à Marta

2003, 2007, 2011, 2015, 2019 e 2023. Essas são as edições de Copa do Mundo que Marta Vieira da Silva participou. São 17 gols em 26 partidas, além de inúmeros recordes, prêmios, e uma história que honra a realeza do futebol.

Em 2003, Marta tinha apenas 17 anos de idade e estava no início de sua trajetória no esporte. Isto não foi motivo para que a camisa 10 não deixasse sua marca, com três gols já na sua primeira passagem na competição. Já em 2007, a Rainha, ainda muito nova, mostrou ao mundo o porquê da denominação, levando o Brasil até a final da Copa do Mundo, depois de uma vitória sobre a poderosa seleção dos Estados Unidos, com direito ao gol mais bonito da história da competição. Para somar, Marta ainda levou a bola de ouro e terminou o torneio com sete gols.

Marta em atuação pela seleção brasileira



© Getty Images

Em 2011, aos 25 anos, a camisa 10 levou a Seleção Brasileira às quartas de final, com uma dolorosa derrota nos pênaltis para o mesmo antigo rival norte-americano. Já em 2015, a atacante alcançou a primeira marca histórica de sua carreira, tornando-se a maior artilheira da história da Copa do Mundo Feminina, com 15 gols marcados ao todo. Dessa vez, o Brasil foi eliminado nas oitavas de final.

Em 2019, já com 33 anos, Marta escreveu seu nome em tintas douradas na história novamente ao marcar um gol de pênalti na vitória da Seleção Brasileira frente à Coreia do Sul. Nesta edição, ela comemorou o gol mais importante de sua carreira, passando Miroslav Klose e tornando-se a maior artilheira da história da Copa do Mundo de ambas as modalidades. Um fato inédito.

Marta encerrou sua trajetória com o canarinho neste ano. É possível ver que o título de “Rainha do Futebol” não foi dado à toa àquela que é fundamental no incentivo do futebol feminino no Brasil e no mundo. Sabendo da sua importância no esporte mais popular do planeta, ela usa sua voz para enfatizar que há diversas “Martas”, “Formigas” e “Cristianes” espalhadas pelo Brasil. Da mesma forma, encoraja mais meninas a lutarem e persistirem pelo sonho de estar nos gramados.

Consagrou-se a melhor jogadora da história e a primeira mulher a entrar no hall da fama do Maracanã. Marta balançou as redes pela Seleção Brasileira mais vezes do que Pelé. A marca foi batida em 2015, aos 29 anos, em um amistoso contra a Seleção de Trinidad e Tobago.

Mesmo que o caneco não tenha vindo a tempo de coroar a última Copa do Mundo da Rainha, seguir em busca de melhorias para essa modalidade é o objetivo a ser alcançado por toda a sociedade.

O mundo da bola agradece por inúmeros espetáculos e ensinamentos. A Rainha do Futebol, que também inspira suas companheiras de profissão, cumpriu seu papel com maestria e seguirá nessa luta, que é de todos. Existir na mesma época de Marta e ver de perto seus grandes feitos é um prazer. O **Contraponto** agradece: **Muito obrigada, Marta!**

