



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO ACADÊMICO DA VITÓRIA

DÉBORA MARIA DE LIMA

**A GESTÃO DA PRESIDENTE PATRÍCIA AMORIM SIHMAN NO CLUBE DE
REGATAS FLAMENGO DE 2010 A 2012: UM RECORTE DA MÍDIA ESPORTIVA**

VITÓRIA DE SANTO ANTÃO

2023

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO ACADÊMICO DA VITÓRIA
BACHARELADO EM EDUCAÇÃO FÍSICA

DÉBORA MARIA DE LIMA

**A GESTÃO DA PRESIDENTE PATRÍCIA AMORIM SIHMAN NO CLUBE DE
REGATAS FLAMENGO DE 2010 A 2012: UM RECORTE DA MÍDIA ESPORTIVA**

TCC apresentado ao Curso de Bacharelado em Educação Física da Universidade Federal de Pernambuco, Centro Acadêmico da Vitória, como requisito para a obtenção do título de bacharel em Educação Física.

Orientador: Dr. Francisco Xavier dos Santos

Coorientador: Me. Marcos Antonio Barros Filho

VITÓRIA DE SANTO ANTÃO

2023

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,
através do programa de geração automática do SIB/UFPE

Lima, Débora Maria de.

A Gestão da presidente Patrícia Amorim Sihman no Clube de Regatas Flamengo de 2010 a 2012: Um recorte da mídia esportiva / Débora Maria de Lima. - Vitória de Santo Antão, 2023.

45 : il.

Orientador(a): Francisco Xavier dos Santos

Cooorientador(a): Marcos Antonio Barros Filho

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Universidade Federal de Pernambuco, Centro Acadêmico de Vitória, Educação Física - Bacharelado, 2023.

1. Gestão. 2. Dirigentes. 3. Mulheres. I. Santos, Francisco Xavier dos. (Orientação). II. Barros Filho, Marcos Antonio. (Cooorientação). III. Título.

790 CDD (22.ed.)

DÉBORA MARIA DE LIMA

**A GESTÃO DA PRESIDENTE PATRÍCIA AMORIM SIHMAN NO CLUBE DE
REGATAS FLAMENGO DE 2010 A 2012: UM RECORTE DA MÍDIA ESPORTIVA**

TCC apresentado ao Curso de Bacharelado em Educação Física da Universidade Federal de Pernambuco, Centro Acadêmico da Vitória, como requisito para a obtenção do título de bacharel em Educação Física.

Aprovado em: 20/03/2023.

BANCA EXAMINADORA

Prof^o. Dr. Marcelus Brito de Almeida
Universidade Federal de Pernambuco

Prof^o. Dr. Fernando Guimarães
Faculdade de Medicina de Olinda

Prof^o. Me. Marcos Antonio Barros Filho
Universidade Federal de Pernambuco

Dedicatória

Este trabalho é todo dedicado aos meus pais, pois não há exemplo maior de dedicação do que o da nossa família. À minha querida família, que tanto admiro, dedico o resultado do esforço realizado ao longo deste percurso.

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar, a Deus, por ter permitido que eu tivesse saúde e determinação para não desanimar, que fez com que meus objetivos fossem alcançados, e me permitiu ultrapassar todos os obstáculos encontrados durante todos os meus anos de estudos. E em segundo lugar a mim mesma, por ter suportado tanta coisa, encarado os desafios, e não ter desistido, não foi fácil, mas eu consegui.

Aos meus pais, irmãos, e sobrinhos que me incentivaram nos momentos difíceis, não deixando que eu desistisse e suportasse tudo, obrigada por compreenderem a minha ausência enquanto eu me dedicava aos estágios, nas aulas e principalmente na realização deste trabalho.

Aos amigos mais chegados que irmãos, Alexia, Lopes e Hozana, que sempre estiveram ao meu lado, pela amizade incondicional e pelo apoio demonstrado ao longo de todo o período em que me dediquei aos estudos, bem antes mesmo de iniciar a graduação, vocês foram essenciais demais em toda a minha trajetória e formação pessoal e profissional.

Aos meus colegas de curso, Aleson, Roberta, Mayara e Jhonatan, no qual se tornaram amigos, com quem convivi intensamente durante os últimos anos, pelo companheirismo e pela troca de experiências que me permitiram crescer não só como pessoa, mas também como formanda.

Ao meu trio de amigos para além da graduação, Thyago, Karol e Deisiane, meu muito obrigada por tudo, com vocês pude viver grandes momentos, sejam em trabalhos, estágio e projetos, vocês foram meus pilares enquanto estava viajando para competir, me inspiraram e motivaram a nunca desistir.

Ao professor Francisco, por ter sido meu orientador e ter desempenhado tal função com dedicação, paciência e amizade. Obrigada pelas correções e ensinamentos que me permitiram apresentar um melhor desempenho no meu processo de formação profissional. Ao professor Marcos, por ter sido meu coorientador, por todos os conselhos, ideias, e principalmente pela ajuda e paciência com a qual guiaram o meu aprendizado.

A todos os professores do Centro Acadêmico de Vitória no qual contribuíram, incentivaram, e que certamente tiveram impacto na minha formação acadêmica.

À instituição de ensino UFPE, essencial no meu processo de formação profissional, e como atleta-universitária, pela dedicação, apoio e incentivo. Eu sou quem eu sou hoje, por causa das escolhas que eu fiz ontem, e a minha melhor e maior escolha foi ingressar nessa instituição.

“O sucesso nasce do querer, da determinação e persistência em se chegar a um objetivo. Mesmo não atingindo o alvo, quem busca e vence obstáculos, no mínimo fará coisas admiráveis” **José de Alencar.**

RESUMO

Tendo em vista que, identificamos quão raros são os estudos que buscam sob a ótica da gestão abordar a mulher ocupando grandes cargos gerenciais, pesquisa-se sobre a gestão da Presidente Patrícia Amorim Sihman no Clube de Regatas do Flamengo de 2010 a 2012, a fim de investigar como a gestão da Patrícia Amorim Sihman na Presidência do Clube de Regatas do Flamengo fora caracterizada a partir de notícias que fazem parte da mídia esportiva brasileira, divulgada durante o período de sua gestão e que retrato resulta desse processo. Para tanto, é necessário levantar dados e informações que norteia as ações gerenciais do Clube de Regatas do Flamengo, investigar em documentos (sites e notícias de jornais) ideias e elementos que marcam a gestão da Patrícia Amorim com jogadores e torcedores, e construir uma imagem da Presidente durante a sua gestão no clube para analisar os aspectos desse retrato. Realiza-se, então, uma pesquisa com abordagem qualitativa e método de estudo de caso, por meio de análise de conteúdo e desse modo, os materiais e as fontes para produção dos dados e informações apontaram para a pesquisa documental, englobando sites da internet, site oficial do clube e jornais online. Diante disso, verifica-se que no decorrer da gestão de Patrícia Amorim, o Clube de Regatas do Flamengo obteve melhorias de infraestrutura, contratações de jogadores, e grandes contratos milionários de patrocínios, além de que a gestão de Patrícia Amorim ficou marcada por vários discursos da imprensa, seja positivo ou negativo, o que impõe a constatação de que a presidente não foi capaz de transferir os feitos e melhorias de maneira positiva.

Palavras-chave: Gestão, dirigentes, mulheres.

ABSTRACT

Bearing in mind that we have identified how rare are the studies that seek, from the point of view of management, to approach women occupying major managerial positions, we research the management of President Patrícia Amorim Sihman at Clube de Regatas do Flamengo from 2010 to 2012, in order to investigate how the management of Patrícia Amorim Sihman in the Presidency of Clube de Regatas do Flamengo was characterized from news that are part of the Brazilian sports media, released during the period of her management and what portrait results from this process. To do so, it is necessary to gather data and information that guide the managerial actions of Clube de Regatas do Flamengo, investigate in documents (websites and newspaper news) ideas and elements that mark the management of Patrícia Amorim with players and fans, and build an image of the President during her management at the club to analyze the aspects of this portrait. It is performed, then, research with qualitative approach and case study method, through content analysis, and in this way, the materials and sources for production of data and information pointed to documentary research, encompassing websites, the club's official website and online newspapers. Therefore, it is verified that during Patrícia Amorim administration, Clube de Regatas do Flamengo obtained infrastructure improvements, player signings, and large millionaire sponsorship contracts, in addition to the fact that Patrícia Amorim administration was marked by several speeches in the press, whether positive or negative, which imposes the observation that the president was not able to transfer the achievements and improvements in a positive manner.

Keywords: Management, leaders, women.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Quadro 1 – Grandes nomes femininos na gestão do futebol brasileiro,18.

Quadro 2 – Um projetor midiático da gestão da presidenta no CRF,20.

Quadro 3 – Investimentos envolvendo a gestão da presidenta Patrícia,32.

LISTA DE ABREVIACOES

BEE	Bureau de Estatística e Estratégias
CRF	Clube de Regatas do Flamengo
PSDB	Partido da Social-Democracia Brasileira
UFRJ	Universidade Federal do Rio de Janeiro
URT	União Recreativa dos Trabalhadores

SUMÁRIO

1.INTRODUÇÃO.....	13
2.FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	16
2.1. <i>A Gestão do Esporte no Brasil e a Mulher neste contexto.....</i>	16
2.2 <i>Narrativas da Imprensa Esportiva Brasileira: recortes sobre a gestão da presidente rubro-negra.....</i>	20
4.METODOLOGIA.....	27
5.RESULTADOS E DISCUSSÃO.....	29
5.1 <i>A Gestão da Patrícia em Três Atos:.....</i>	29
5.2 <i>Uma Compreensão do Retrato: do discurso da Imprensa a Narrativa da Gestora.....</i>	38
6.CONCLUSÃO.....	41
REFERÊNCIAS.....	43

1. INTRODUÇÃO

A gestão do esporte – o campo de investigação precisamente - tem uma abrangência ampla e assim é comum nos depara-se com estudos que focam a sua análise em diferentes direções e que incluem: o esporte, os dirigentes e as instituições, só para citarmos algumas. E, o foco deste trabalho acadêmico esteve voltado para a gestão do CRF (Clube de Regatas do Flamengo) tendo como referência o período de 2010 a 2012, representado pela figura de uma mulher na condição de dirigente máxima da instituição esportiva.

O estudo do esporte no Brasil - apesar de ainda ressentir de discussões amplas, profundas e sistematizadas associadas ao fenômeno e, sobretudo, na análise da sua gestão, como atestam Rocha e Bastos (2011) – tem revelado o interesse de alguns pesquisadores que buscam esforços por compreender e elucidar questões sobre o esporte.

Não obstante haver muito o que se debruçar no cenário esportivo, não se pode ignorar que algumas temáticas e propostas tem sido levantada em diferentes áreas e nesse processo investigativo, um esforço digno de menção, diz respeito ao trabalho de alguns acadêmicos no campo da gestão do esporte envolvendo a liderança de mulheres, como Goellner (2005) e Gomes (2012). Assim, de igual modo situamos a discussão desta pesquisa na figura da mulher envolvida com gestão do futebol brasileiro com o foco voltado para alguns aspectos da governança.

Embora a prática esportiva feminina não seja algo tão “novo”, é importante destacar que ao longo da história do futebol profissional no Brasil somente a partir do final do século XX, é que as mulheres conquistaram maior espaço nesse território tido como “essencialmente” masculino (GOELLNER, 2005). Sua inserção nesse campo tende aos poucos a minimizar algumas diferenças e assim, tornam-se mais igualitárias as relações entre os sexos.

Na sociedade capitalista globalizada é um tanto comum que o universo do esporte e, em particular do futebol sejam impactados por diversos setores que com eles dialogam e a indústria da mídia é, sem dúvida, um dos tais, pois, no mundo contemporâneo o esporte passa a ser visto como um produto a ser explorado e comercializado enquanto espetáculo, conforme falam Kuper e Szymanski (2010) e Somoggi (2007).

De acordo com Borelli (2001), na cobertura de espetáculos esportivos, a mídia mobiliza estratégias para chamar a atenção de seu público e manter, assim, uma audiência elevada. Nessa perspectiva, cada mídia, com seus interesses, agrega acontecimentos de acordo com estratégias que satisfaçam a todo um conjunto de fatores envolvidos: os patrocinadores, a audiência, o dono da empresa de comunicação, e é natural que nesta composição os gestores e/ou dirigentes esportivos também sejam contabilizados e ganhem projeção.

Mas, segundo Goellner (2005), quando se trata da mulher, a mídia esportiva pouco espaço confere ao futebol feminino e quando o faz, geralmente menciona não tanto os talentos esportivos das atletas, presidentas, árbitras ou treinadoras, mas a sua imagem e o seu comportamento. Para além destas situações ainda é baixíssimo o número de mulheres que conseguiram ocupar cargos de grande relevância na gestão de clubes profissionais.

Muito embora a Constituição Federal de 1988 assegure em seu Capítulo I - Dos Direitos e Deveres Individuais e Coletivos - que “homens e mulheres são iguais em direitos e obrigações” (BRASIL,1988), mas a realidade da mulher, seja no convívio social, na família ou no seu trabalho, é marcada por uma luta diária acentuada para conquistar o seu espaço.

Por isso, quando se fala sobre gestão do esporte e do futebol torna-se necessário pensar, o quanto este ambiente ainda é, para as mulheres um espaço não apenas para conquistar, mas sobretudo ressignificar alguns dos sentidos que a elas estão incorporados de forma a afirmar que esse espaço é também delas.

Seguindo tais reflexões e a partir da busca de informações e leituras, percebemos que, mais do que buscar um suposto marco inaugural da presença destas personagens à frente do esporte ou ainda esboçar uma possível história da modalidade, é necessário destacar o papel social e organizacional das mulheres nos diferentes futebóis (DAMO, 2019), pois, tal feito, proposital ou não, tem sido historicamente ignorado. Seja na escassez de registros, o que resulta na pouca exposição do tema, seja pela precariedade de pesquisas desenvolvidas, inclusive por acadêmicas mulheres.

Atribuindo importância a tal conjuntura, a pertinência deste tema investigado resultou de algumas inquietações, enquanto estudante e, dentre elas, a escassez de estudos, quando o assunto envolve o gênero feminino, e ainda maior quando estão relacionados à presença das mulheres na gestão no futebol profissional no Brasil.

Mesmo com o crescimento de pesquisas observadas no âmbito do futebol feminino, identificamos quão raros são os estudos que buscam sob a ótica da gestão abordar o papel de governança da mulher ocupando cargos de expressão. Por isso considera-se de extrema relevância um escrito dessa natureza na tarefa de estimular outras mulheres, não somente na tarefa da escrita, bem como no incentivo de que outras almejam alcançar o seu espaço e combater o preconceito não só dentro de campo, mas também no espaço de trabalho das organizações esportivas.

Desse modo, esboçamos um quadro predominante na sociedade brasileira, que busca lançar luz sobre a figura das mulheres na área da gestão do futebol e dentre elas, fazendo menção aos casos de Patrícia Amorim no CRF (Clube de Regatas do Flamengo); de Leila Pereira no Palmeiras; de Marlene Matheus no Corinthians; de Luiza Estevão no Brasiliense, de Maria Isabel Pimenta na URT (União Recreativa dos Trabalhadores) de Patos de Minas, e Rita de Cássia no Bangu, que não obstante não serem tantos, são importantes para alavancar a discussão sobre o espaço das gestoras no futebol brasileiro.

Dentro, pois, do contexto, argumentos e pontos expostos aqui, buscamos responder à seguinte questão: quais ações gerenciais são propagadas na mídia esportiva envolvendo Patrícia Amorim Sihman e que tipo de retrato é projetado da presidenta em função das tais notícias?

À perspectiva disso, consideramos que este estudo pode vir a contribuir com a expansão daquilo que se tem pesquisado na área da Educação Física em associação com o campo da gestão do esporte, a fim de, estimular a discussão e a produção de outros trabalhos acadêmicos, abrindo assim, novos olhares investigativos relacionados a temas que são ainda pouco estudados pelos acadêmicos da área.

Assim sendo, o objetivo foi investigar como a gestão da Patrícia Amorim Shimman na Presidência do Clube de Regatas Flamengo fora caracterizada a partir de notícias que fazem parte da mídia esportiva brasileira, divulgada durante o período de sua gestão e que retrato resulta deste processo.

2.FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1.A Gestão do Esporte no Brasil e a Mulher neste contexto

A gestão do esporte é, dentre outras coisas, responsável pela organização, direção e planejamento de atividades esportivas e físicas ou de entidades e grupos que permitem que essas atividades ocorram (NOLASCO et al., 2006). No Brasil, a gestão é vista como uma área de investigação acadêmica recente e em expansão, mas, ainda pouco aprofundada nas instituições brasileiras, o que resulta no número de pesquisadores especializados um tanto abaixo das necessidades do setor.

A gestão deve focar nos objetivos da organização de maneira eficiente e eficaz, abrangendo os conceitos e teorias gerais da administração aplicados ao Esporte e aos diversos papéis que ele opera na sociedade atual (ROCHA e BASTOS, 2011). Mas, com relação a esses papéis e funções diversas dentro das organizações, como as mulheres são retratadas, sobretudo, no cenário esportivo brasileiro? Essa é uma compreensão, uma história, que envolve inúmeras nuances.

No Brasil, até meados do século XIX, a sociedade de tradição conservadora não permitia que as mulheres pudessem participar em alguns ambientes sociais, dentre eles o esportivo. Segundo Capelle et al., (2006), isso é devido a maior parte do século passado ser marcada pela ideia de que as mulheres eram criadas para serem esposas e mães, enquanto o papel do homem era o de provedor, mas gradativamente este cenário começa a mudar.

Nesse contexto organizacional, tomado aqui como centralidade da discussão, a contrariedade de ingresso e ascensão de mulheres aos proeminentes cargos de dominação masculina, deve-se ao preconceito em relação ao envolvimento da mulher no campo da liderança esportiva (ROMARIZ, 2008). Resultado esse, de uma baixa rede de influências e oportunidades das mulheres, dificultando assim sua inserção neste meio.

Conforme Giddens (2002), a visibilidade de um esporte está relacionada com a aquisição de níveis satisfatórios de exposição em jornais, revistas, na rádio ou na televisão e está projeção impacta tanto a organização como a figura dos dirigentes que em suas maiorias são homens. São as exposições eminentes que asseguram patrocinadores e publicidade e, porque não acrescentar: endossa relacionamento ou sendo mais incisiva, entrosamentos positivos e significativos.

Para Mourão e Morel (2005), embora a mídia seja uma das instituições sociais que de algum modo tem contribuído para o desenvolvimento do futebol feminino no Brasil desde a década de 1930, o modelo que a mesma retrata ao longo da história do esporte nacional foi e é divergente, em relação às visibilidades, oportunidades, patrocínios e relações de poder, que são conferidos a mulheres e homens, seja no âmbito de participação, seja na gestão e administração.

Ainda que um aumento da presença das mulheres no esporte brasileiro revele progresso, as possibilidades de acesso e participação das mulheres, se comparado aos homens, seja no esporte de alto rendimento, lazer, Educação Física Escolar, e até na visibilidade conferida pela mídia, não são proporcionais. De acordo com Martins e Moraes (2007), na mídia esportiva ainda é difícil encontrar espaços conferidos às competições de futebol feminino em nível nacional e internacional.

Não obstante, termos um aumento na força de trabalho feminina, nas mudanças legais e nas conquistas, ainda assim, é pequeno o número das mulheres que chegam ao topo da hierarquia organizacional, em especial se comparadas proporcionalmente aos homens (TANURE et al., 2006; LIMA et al., 2009; BETIOL, 2000).

Para corroborar com o pensamento acima, vale mencionar que em junho de 2021, a associação *Gênero e Número*¹ fez levantamento em sites oficiais de 25 clubes (20 da Série A e 5 da Série B). Entre os 255 nomes que aparecem em destaque (considerando presidente, vice-presidentes, secretários, superintendentes e diretores) apenas 7 são de mulheres, isto é, 2,7%: duas no Cruzeiro Esporte Clube de Minas Gerais, duas no Internacional, uma no CRF, uma no Sport e uma no Avaí.

No ano de 2022 esses números do clube do Cruzeiro mudaram, revelando que o mesmo conta com mais de 4 mulheres atuando em sua gestão, na data do levantamento anterior de 2021, eram apenas dois. Isso demonstra que não obstante haver uma mudança ela é pequena e a participação da mulher na gestão do futebol brasileiro ainda é uma dificuldade, sim, mas que a presença das mulheres, e a sua reivindicação, modificou sensivelmente o ambiente futebolístico em diversas dimensões. E a tendência é que isso possa se ampliar.

¹ Gênero e Número é uma associação que produz e distribui jornalismo e informação orientados por dados e análises sobre questões urgentes de gênero e raça, visando qualificar debates rumo à equidade. A partir de linguagem gráfica, conteúdo audiovisual, pesquisas, relatórios e reportagens multimídia. Fundada em 2016, com sede no Rio de Janeiro, é liderada por mulheres.

As mulheres, pouco a pouco, têm dado cooperações significativas para o novo paradigma das organizações que reconhecem nestas personagens algumas particularidades como: flexibilidade, sensibilidade, intuição, capacidade para trabalhar em equipe e gerenciar a diversidade, o que pode agregar valor ao esporte e as organizações esportivas.

Essas características, conforme alguns estudiosos (CARREIRA; AJAMIL; MOREIRA, 2001; MARTINS,2007), estão em alta e apontam um “estilo feminino” de liderança. Acontece que tais características ao se manifestar nos homens, se tornam mais valorizadas e potencializam “novas” maneiras masculinas de agir dentro das organizações. Mas, a despeito desse maior holofote é importante destacar o **quadro 1**, pois, ele anuncia um aspecto histórico processual dentro da gestão, qual seja, e que há um deslocamento de mulheres à frente de grandes cargos na gestão do futebol brasileiro e isso não é por acaso.

Quadro 1 – GRANDES NOMES FEMININOS NA GESTÃO DO FUTEBOL BRASILEIRO

ANO	NOME	CLUBE	CARGO
1991-1993	Marlene Matheus	SportClub Corinthians Paulista	Presidenta
2003 - 2006	Rita de Cassia	Bangu	Presidenta
2010-2012	Patrícia Amorim	Flamengo	Presidenta
2016 - 2022	Luiza Estevão	Brasiliense	Presidenta
2020-2022	Maria Isabel	URT em Patos de Minas	Presidenta
2021-2024	Leila Pereira	Palmeiras	Presidenta
-	Barbara Fonseca	Cruzeiro	Coordenadora do departamento de futebol feminino
-	Kin Saito	Cruzeiro	Diretora de Futebol Feminino
-	Deis Chaves	Cruzeiro	Gerente de projetos incentivados
-	Ângela Machado	Flamengo	Diretora de Responsabilidade Social
-	Liana Bazanela	Sport Club Internacional	Diretora de marketing e comunicação
-	Janice Cardoso	Sport Club Internacional	Diretora Feminina e de Inclusão
-	Nesi Furlani	Avaí	Diretora Social

-	Roberta Negrini	Sport Clube do Recife	Vice-Presidente Cultural
---	-----------------	-----------------------	--------------------------

Fonte: Desenvolvido pela autora, 2022.

Uma parte explicativa dessa projeção das mulheres observada no quadro acima, pode ser compreendida por meio de Munhoz (2000), o qual acredita que um dos aspectos do sucesso de empreendimentos geridos por mulheres passa pelo entendimento da questão de gênero, pela concepção de que as mulheres, de um modo geral, desenvolvem um estilo singular quando gerem, haja vista que sua abordagem de liderança é fruto de um aprendizado originado na infância sobre valores, comportamentos e interesses apontados mais para a cooperação e relacionamentos.

Dentre todos os clubes citados no **quadro 1**, o Cruzeiro Esporte Clube vem demonstrando uma grande contratação e formação de uma equipe feminina em sua atual gestão.

Os dados mais recentes mostram que já são cinco mulheres ocupando os cargos de gerências, são nomes como: Deis Chaves, gerente de projetos incentivados, Rose Beatriz como gerente do departamento comercial e Andreia Santos na coordenação da comunicação institucional. Responsáveis pelo futebol feminino, tem como diretora Kin Saito que foi a mais recente contratada e como coordenadora Bárbara Fonseca, juntas vem fazendo um excelente trabalho no time, segundo o próprio Diretor de futebol do Cruzeiro, Pedro Martins que concedeu entrevista à Rede 98², e abordou vários temas. Dentre eles, sobre o futebol feminino no clube.

Neste cenário da gestão do esporte no Brasil um dos espaços que a presença feminina é ainda, por assim dizer, restrita é o que se observa no futebol profissional e para ratificar o que destacamos, dentre os grandes nomes de gestoras citadas, neste esporte apenas três mulheres se destacam na mídia e na gestão de grandes instituições futebolísticas, quais sejam: Marlene Matheus no Corinthians, Leila Pereira no Palmeiras e Patrícia Amorim no Flamengo e no caso desta última é o tema deste estudo.

² Fundada em 1969, Rede 98 é uma emissora de rádio multiplataforma brasileira sediada em Belo Horizonte, Minas Gerais. A rádio tem uma programação variada, com programas de humor, esportes e música.

2.2 Narrativas da Imprensa Esportiva Brasileira: recortes sobre a gestão da presidente rubro-negra

Diante das inquietações, que levaram a estudar sobre a gestão do esporte, foi de suma importância observar partes da cobertura da mídia que dão conta de certas representações sociais envolvendo mulheres gestoras e as questões de gênero.

E tais recortes – enquanto elementos constitutivos das representações da mídia sobre as estratégias de gestão de Patrícia Amorim na presidência do Clube de Regatas do Flamengo (CRF) – em muitos nos auxiliaram a lançar luz sobre as narrativas e apresentar pontos de uma narrativa, por assim dizer, “tendenciosos” e preconceituosos.

No futebol³ “O que vale é a aparência, é o que é formado através das imagens e o quanto de retorno financeiro e aumento de audiência estas imagens conseguem trazer” (BEZERRA, 2008). Neste escopo, buscamos recortes da mídia ligados a imagem da Patrícia, retratando como a mídia narrou sua trajetória.

Visto que, trabalhar com imagens, conforme Loizos (2002) torna-se imprescindível às pesquisas contemporâneas. Para ele:

O mundo em que vivemos é crescentemente influenciado pelos meios de comunicação, cujos resultados, muitas vezes, dependem de elementos visuais, conseqüentemente, ‘o visual’ e ‘a mídia’ desempenham papéis importantes na vida social, política e econômica (LOIZOS, 2002, p. 137).

Aqui apresentamos alguns desses recortes, para que possamos analisar as narrativas da imprensa diante da gestão da presidente, no **quadro 2**.

Quadro 2 – UM PROJETO MUDIÁTICO DA GESTÃO DA PRESIDENTA NO CRF

DATA	FONTE DA REPORTAGEM E TÍTULO	TRECHO DA REPORTAGEM
08/12/2009	Site Oficial do Flamengo: Patrícia Amorim: 'eu sonhei e cheguei'	"Ser a primeira mulher presidente do Clube de Regatas do Flamengo, maior clube do mundo, é maior do que qualquer sonho que eu pudesse sonhar. E eu sonhei, E eu cheguei".
08/12/2009	O Globo: Patrícia Amorim, presidente eleita do Flamengo, terá dívida do clube como prioridade	"Tratar a dívida de mais de R\$ 300 milhões do clube é prioridade. Ao mesmo tempo, ela pretende fazer investimentos em três frentes".
09/12/2009	O Globo e Site Oficial do Flamengo:	"Patrícia assume no dia 5 de janeiro com gana

³ Ousamos afirmar que não é só no futebol: na sociedade do espetáculo de que fala Debord (1991), nos contextos mais diversos, nós vivemos uma exacerbação da performance. Não há nada de mal com a performance, mas, o seu excesso sim.

	Patrícia Amorim expõe os seus planos de mudanças no Flamengo a partir da sua posse	de voar alto, ultrapassando preconceitos, reformulando a casa, e projetando o Flamengo para voos mais ambiciosos”.
22/12/2009	Site Oficial do Flamengo: No dia da posse, Patrícia Amorim deve anunciar patrocínio de R\$ 28 milhões	“Logo no dia da posse, a presidente Patrícia Amorim tem uma carta na manga para apresentar à torcida do Flamengo. Na noite desta terça-feira, ela deve anunciar um patrocínio de R\$ 28 milhões da Hypermarcas – dono da marca Bozzano”.
12/02/2010	O Globo: Flamengo se torna o segundo maior patrocínio do Brasil	“Patrícia Amorim comentou a aprovação do contrato de patrocínio com o Banco BMG:“O Flamengo vive um momento de consolidação de seu presente e de prospecção de seu futuro. Nosso presente está sob controle. Não diria que equacionado, mas administrável”.
22/03/2010	Site Oficial do Flamengo: Flamengo e CFZ oficializam parceria	“É com uma enorme satisfação que chego hoje aqui para anunciar esta parceria. Para mim é um grande orgulho trazer o Zico de volta para a casa dele. Este retorno demonstra que estamos no caminho certo, estamos resgatando as nossas origens, disse a presidente, admitindo ter ficado nervosa diante do craque”.
31/03/2010	Site Oficial do Flamengo: Presidente tem 76,8% de aprovação nos primeiros meses de mandato	“Uma pesquisa realizada com sócios do Flamengo indicou que a presidente do clube Patrícia Amorim está no caminho certo. No estudo, realizado pelo Bureau de Estatística e Estratégia (BEE), de 226 sócios, ouvidos por telefone, 76,8% avaliaram positivamente os dois primeiros meses de mandato da dirigente”.
14/04/2010	Site Oficial do Flamengo: Nova gestão melhora sede social e sócios voltam a aparecer	“Desde que assumiu a presidência do clube, a presidente Patrícia Amorim vem realizando melhorias na sede social, e isso se reflete no número de novos associados. De janeiro a março foram contabilizados 638 novos sócios, uma média de 212 por mês”.
21/02/2011	Site Oficial do Flamengo: Patrícia Amorim: "Nação, pode comemorar. O título de 87 é nosso"	“Nação, pode comemorar mais uma vez. O título de 87 é nosso”. Com uma dedicatória à torcida do Flamengo, a presidente do clube Patrícia Amorim comentou, em entrevista coletiva, concedida na Gávea, nesta segunda-feira (21.02), o reconhecimento do título

		brasileiro de 1987. Muito emocionada, a dirigente fez questão de agradecer, especialmente, aos jogadores e ao então técnico Carlinhos, que foram campeões dentro de campo”.
22/09/2011	Globo Esporte: Marcio Braga ataca gestão de Patrícia Amorim no Flamengo: ‘Assustado’	“Ex-presidente aponta explosão da dívida, critica gestão de Luxa no futebol e diz que conselheiro agressor é cabo eleitoral da atual mandatária”.
24/07/2012	Globo Esporte: Na média, gestão de Patrícia Amorim troca de técnico a cada semestre	“Um treinador a cada seis meses. Essa é a média da troca de comando técnico do Flamengo na gestão de Patrícia Amorim. Desde que assumiu o clube, em 2010, a presidente demitiu cinco profissionais: Andrade, Rogério Lourenço, Silas, Vanderlei Luxemburgo e Joel Santana”.
25/11/2012	Site Oficial do Flamengo: Patrícia Amorim destaca sucesso das equipes de base do Fla em 2012	"O Flamengo ganhou esta competição para confirmar que estamos no caminho certo. Muita gente critica a nossa gestão, mas a verdade é que nós chegamos em todas as finais das categorias de base este ano. O time principal não foi bem e é claro que temos que contratar jogadores experientes no profissional, mas investir na base é fundamental. E isso a nossa gestão faz e faz bem. Nós temos coragem e capacidade para realizar bem este trabalho".
27/12/2012	Site Oficial do Flamengo: Patrícia Amorim se despede desejando sorte à nova diretoria	"Nós procuramos fazer a passagem menos traumática possível. Faço meus votos de sucesso e gostaria de dizer que o desafio é grande, e precisa de muita coragem. Mas confiamos que tudo vai dar certo. Me coloco à disposição para qualquer coisa. Procurei fazer o melhor para o Flamengo e me desculpem os erros. Espero que lembrem também dos acertos. Chego ao final deste mandato de três anos sem desistir, sem baixar a cabeça”.

Fonte: Desenvolvido pela autora, 2022.

De acordo com as narrativas da imprensa do ano de 2009-2012, algumas nos chamaram a atenção e foram expostas no **quadro 2**, e ao analisar tais recortes,

indicamos que, a gestão da Patrícia, reflete particularidades que carecem ser melhor abordadas e interpretadas.

Como exemplo inicial, vale destacar que o processo em si, talvez isso seja uma característica geral, começa com euforia: “eu sonhei e cheguei”. Com promessas e expectativas: “Patrícia Amorim, presidente eleita do Flamengo, terá dívida do clube como prioridade”. Mas, o cenário do esporte é dinâmico e o processo não é linear e, talvez, pela sua condição de gestora mulher os desgastes, desconfianças e críticas sinalizam um caminho no qual certos ecos - que havemos de pouco a pouco destacar - repercutem.

Na sua cabeça de gestora que chega há um discurso: “Patrícia Amorim expõe os seus planos de mudanças no Flamengo a partir da sua posse”. Mas resta fazer uma pergunta e o ambiente muitas vezes “viciado” deseja a mudança por ela imaginada?

Essa é uma pergunta cujas respostas não são decisivas, nem simples, pois, o terreno do futebol e da gestão dele no Brasil ainda é uma incógnita, um enigma a decifrar e explicar.

No começo da gestão da Patrícia Amorim houve um respaldo, que imaginamos ser pavimentado pelas notícias positivas e alvissareiras “No dia da posse, Patrícia Amorim deve anunciar patrocínio de R\$28 milhões”. Mas, por certo, não devemos ignorar os “fantasmas” que parecem insistir em rondar as instituições que bravejam com guardiões de uma tradição⁴.

Para corroborar com o que afirmamos recorreremos a uma entrevista dada pela mesma e na qual evidencia essa atmosfera. Ao assumir em 5 de janeiro de 2010, a presidente teve que lidar com preconceitos vindo antes mesmo da sua posse. Em entrevista ao Jornal O Globo, em 09/02/2009, Patrícia Amorim revela que:

Fui vítima de um preconceito forte na campanha. Eram panfletos distribuídos com muita baixaria. Sempre achei que o Flamengo deveria estar mais evoluído em relação a uma mulher. Só que quanto mais batiam, mais eu crescia. O João Havelange veio da água e se tornou o maior homem do futebol. As acusações estão guardadas, mas a resposta é política: Venci. Sem apelar, sem baixaria e com um programa de gestão (AMORIM,2009, pág.32).

Nesse contexto, as mulheres lutam para superar a condição de minoria; há décadas empenham-se para serem reconhecidas nas mais diversas instâncias da

⁴ Não estamos a dizer que a tradição seja ruim. Aqui especificamente estamos a falar de uma tradição que domina o espaço e ela é masculina.

sociedade, em especial, nas organizações, que apesar de “modernizadas”, ignoram a necessidade de políticas e práticas de gestão baseadas na diversidade, no sentido amplo do termo (SIQUEIRA; SALES; FISCHER, 2016).

Patrícia Amorim não deixou que as críticas tirassem o seu foco, e estava decidida em “arrumar a casa”. Seu maior objetivo era equacionar as dívidas, modernizar o clube e fazer com que o sócio se sentisse feliz.

Ir todo dia ao clube e conversar com os associados, foi uma das estratégias usada pela presidente, para que pudesse ouvir e sentir as necessidades de cada um. Com as mudanças realizadas e a melhorias na sede social, isso refletiu positivamente no número de novos associados, que em 3 meses foram contabilizados 638 novos sócios.

Mesmo que possam questionar a natureza do processo⁵, o site oficial do clube destaca que durante a gestão duas pesquisas foram encomendadas pelo clube a empresa Bureau de Estatística e Estratégia (BEE), para ouvir os sócios.

A primeira realizada com 226 sócios por telefone, revelou 76,8% que avaliaram positivamente os dois primeiros meses de mandato da dirigente. Somente 7,8% dos entrevistados disseram estar insatisfeitos ou muito insatisfeitos com o mandato de Patrícia Amorim, que espera melhorar seu desempenho à frente do Flamengo. E, na segunda pesquisa, entre os 486 sócios, 76% avaliaram como excelente o trabalho da dirigente e apenas 1,2% avaliaram o trabalho como ruim ou péssimo, uma queda de 6,6% no número de insatisfeitos”.

Seja como for, há uma imagem sendo projetada e construída da gestora que como noutros mandatos são marcados por verdades e mentiras, acertos e erros, iniciativas e falta destas. No qual, tudo isso vai produzindo um retrato que tem a ver com as plataformas e projetos que são encampados e no caso da Patrícia Amorim os planos tomam um curso, que em muitos pontos projetam uma estratégia de marketing pessoal visando agradar a muitos e com isso solidificar alicerces em diferentes bases

Nesse curso dos seus planos, também entra uma polêmica que durou muito tempo e marcou várias gestões, a saber: o “Campeonato Brasileiro de 1987”, ^{6a} presidente determinada, foi em busca de oficializar o título e conseguiu.

⁵ O fato de a pesquisa ser encomendada pela própria presidência do clube e trazer resultados positivos, não se pode afirmar não serem legítimos. Contudo, para uma maior transparência e respaldo, seria importante outras fontes e vias de pesquisas com maior isenção.

Patrícia Amorim, através de uma reunião com o, então, presidente da Confederação Brasileira de Futebol (CBF) Ricardo Teixeira e a entidade máxima do futebol brasileiro decretou o CRF como campeão brasileiro de 1987. Mas, o Sport Clube do Recife inconformado continuou na disputa, e então a CBF definiu que Flamengo e Sport foram campeões de 1987.⁷

Dentro de sua proposta e das plataformas traçadas como gestora esse fato é por ela contabilizado, e conforme interpretamos: como um feito da sua gestão.

É tanto que, em uma coletiva de imprensa, no dia 21/02/2011 ao Site Oficial do Flamengo, Patrícia Amorim afirmou "Esse é um dia histórico para o Flamengo. Quero homenagear todos os jogadores da campanha de 87 e o técnico Carlinhos. Vocês são agora os legítimos campeões de 87, e o Flamengo tem de direito seis títulos de campeão brasileiro", firmando esse ato durante sua gestão.

Porém, os dados positivos narrados pela mídia em relação a sua gestão, manteve-se dominante apenas no primeiro ano⁸ e após um ano e nove meses depois que assumiu, começaram as críticas e manifestações expostas na mídia vindo de sócios, torcedores e a oposição que até então, se mantinha em silêncio.

Um caso a se mencionar é o do ex-presidente, Márcio Braga, ao ser questionado sobre a gestão da Presidente, aponta como uma "Gestão assustadora", devido a uma operação no vermelho na área financeira, "A folha de pagamento do clube era de R\$5 milhões/mês quando eu saí e já está em quase R\$11 milhões. São dados estarrecedores, e a gente fica temeroso do futuro", relata Marcio em entrevista ao Programa de Televisão Globo Esporte.

Segundo o **quadro 2** e as notícias que apontam a trajetória da Patrícia Amorim, é assinalada por um início marcado com grandes expectativas e mudanças, mas que aos poucos passa a projetar uma narrativa em que só cabe o discurso de que o "barco

⁶ Naquele ano, o torneio foi organizado pela CBF e disputado por 80 clubes, de uma maneira extremamente desorganizada, dividindo o campeonato em dois módulos, o que levou a polêmica do título de campeão.

⁷ Mas a história não finalizou assim, ainda inconformado, o Sport Clube do Recife continuou em busca da oficialização como único campeão. Em 2014, o STJ decidiu que o Sport foi campeão daquele ano. Em 2015, o Clube de Regatas do Flamengo entrou com um recurso no STF para ser definido campeão. Contudo, no dia 4 de março de 2016, o STF indeferiu o pedido do CRF e manteve o Sport como campeão brasileiro de 1987.

⁸ Cogita-se (com base na pesquisa realizada) que esse tempo e cenário de harmonia e de poucas críticas se deu em função de uma lógica natural da imprensa e setores a ela ligados de conceder a Patrícia Amorim algum "prazo de validade" que uma vez vencido, passa a ser exposto sob uma mesma lógica o que é mais forte em boa parte desses veículos produzir notícias que rendem audiência: umas verdadeiras, outras sensacionalistas.

desandou” e que impera a repetição de alguns atos negativos da antiga gestão, como envolvimento em corrupção, dívidas e as trocas constantes de treinadores. E que, essas mudanças não só pesaram nas contas do clube, mas também marcaram temporadas instáveis e campanhas muito ruins nos campeonatos⁹.

Os investimentos de Patrícia Amorim na base, foi, talvez, o seu maior acerto (mas, não o único), visto que os resultados ao finalizar o ano de 2012 foi positivo, com todas as categorias de base em finais dos campeonatos disputados, o que trouxeram alegrias, títulos e futuros dividendos ao clube. Enquanto o time profissional não foi nada bem, marcando a gestão da presidente de forma negativa e afetando a reeleição.

Portanto, Patrícia Amorim se despede e deseja sorte para próxima diretoria, finalizando com a seguinte fala “Procurei fazer o melhor para o Flamengo e me desculpem os erros. Espero que lembrem também dos acertos. Chego ao final deste mandato de três anos sem desistir, sem baixar a cabeça”.

Ao explorar as narrativas do **quadro acima**, podemos dizer que foi uma trajetória marcada por momentos e ações importantes, desde as mudanças físicas, como nos departamentos, parcerias e investimentos, não só no futebol e nos esportes olímpicos, mas também na base de cada modalidade oferecida pelo Clube de Regatas Flamengo.

Porém, ainda assim as exigências do ambiente do futebol no Brasil são muitas e como Patrícia Amorim não venceu no futebol profissional, então, ela não atingiu as expectativas que esperavam.

Embora algumas ações não tenham ecoado de forma positiva, outras fizeram a diferença, principalmente por ter um “olhar feminino” à frente da gerência de um grande clube, que precisava de reformas, e uma boa organização estrutural. Nos resultados e discussões avançamos mais em esmiuçar a sua trajetória como presidente.

⁹ Uma coisa que não podemos deixar de forma alguma de mencionar aqui é que, o conjunto de atores (dirigentes, torcedores e a imprensa é parte decisiva dessa cadeia), só tem olhos para o futebol profissional ou melhor para os resultados em campo. Mas, a gestão de um clube é também uma configuração composta por uma cadeia de interdependência e quando o time profissional não ganha nada não é sinal de que tudo está errado. É fato que Patrícia Amorim cometeu erros, como cometeu muitos outros ex-presidentes homens. Mas ela também acertou no processo e pouco se ressaltou isso. Parte significativa da imprensa deu e dá pouco valor e visibilidade ao que fez o Presidente Eduardo Bandeira de Melo (2016-2018) que tornou o Flamengo viável. Essa porção, só tem olhos e espaço para quem ganhou a libertadores em 2019, pois, só isso interessa! E é por coisas como essas que se constroem organizações esportivas tão frágeis no Brasil.

4.METODOLOGIA

Este trabalho envolvendo o fenômeno do esporte aponta para uma escolha investigativa e, neste particular, contribuíram a tríade: teoria, objetivos e método.

Visando, pois, a consecução desta tarefa optamos pela metodologia qualitativa, nos alicerçando em documentos que guiaram o processo e a proposta em explorar as informações encontradas.

A pesquisa qualitativa mostra a possibilidade do pesquisador de buscar por intermédio do olhar de outras pessoas, e assim, analisar acontecimentos a partir do seu ponto de vista. Em geral as investigações que se voltam para uma análise qualitativa, têm como objetivo situações complexas ou estritamente particulares. Assim, reflete Richardson:

Os estudos que empregam uma metodologia qualitativa podem descrever a complexidade de determinado problema, analisar a interação de certas variáveis, compreender e classificar processos dinâmicos vividos por grupos sociais, contribuir no processo de mudança de determinado grupo e possibilitar, em maior nível de profundidade, o entendimento das particularidades do comportamento dos indivíduos. (RICHARDSON, 1999, p.80).

Nessa análise, a escolha de estudar a Patrícia Amorim como universo inicial de pesquisa sinaliza para o método que propomos: o estudo de caso. Para Yin (2005), “o estudo de caso é uma investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto da vida real”. Expondo assim, uma história de um fenômeno passado ou atual, elaborada a partir de múltiplas fontes de provas, que pode incluir dados da observação direta e entrevistas sistemáticas, bem como pesquisas em arquivos públicos e privados (VOSS; TSIKRIKTSIS; FROHLICH, 2002).

Nesse contexto, o desenvolvimento da pesquisa foi baseado em Bardin (2011), tendo em vista que, com as transcrições das notícias, dados e informações da mídia, precisávamos organizá-los para a análise. Para isso, utilizamos a metodologia de Análise de Conteúdo que Bardin, designa como:

Um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando a obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens (BARDIN, 2011, p. 47).

Desse modo, os materiais e as fontes para produção dos dados e informações apontaram para a pesquisa documental. No qual, é um procedimento

que se utiliza de métodos e técnicas para a apreensão, compreensão e análise de documentos dos mais variados tipos, sendo usada como método autônomo, com o objetivo de extrair informações neles contidas, a fim de compreender um fenômeno (FLICK,2009).

Como pré-análise, foi utilizado sites da internet, site oficial do clube e jornais online¹⁰ no período de novembro de 2022 a janeiro de 2023, analisando notícias exclusivas sobre a dirigente no período de 2010 a 2012.

Além das buscas nas bases de dados¹¹, para auxiliar na construção da pesquisa, utilizando os seguintes termos em português: patricia amorim, gestão esportiva, a mulher e a gestão, mulher e futebol, mídia esportiva, bem como os termos em inglês: woman and sports management, sports management, woman and soccer, além da busca de autores especialistas no tema: dirigentes esportivos e a mulher nesse contexto, para o enriquecimento deste estudo.

Após o período de pré-análise das notícias, partimos para a exploração do material, que neste cenário foi utilizada para compreender como a gestão da Patrícia Amorim Shiman na presidência do CRF, foi caracterizada em notícias que parte da mídia esportiva brasileira. Construindo uma linha cronológica, com os dados coletados, onde foram tratados de maneira que pudessem ser significativos fazendo uso, em nosso caso, de quadros, facilitando assim a compreensão e análise dos resultados.

¹⁰Os jornais utilizados foram O Globo, Jornal Extra, Jornal do Brasil, ESPN Brasil, todos especializados em esportes.

¹¹ Google Acadêmico, Periódicos Capes, Scielo e PubMed.

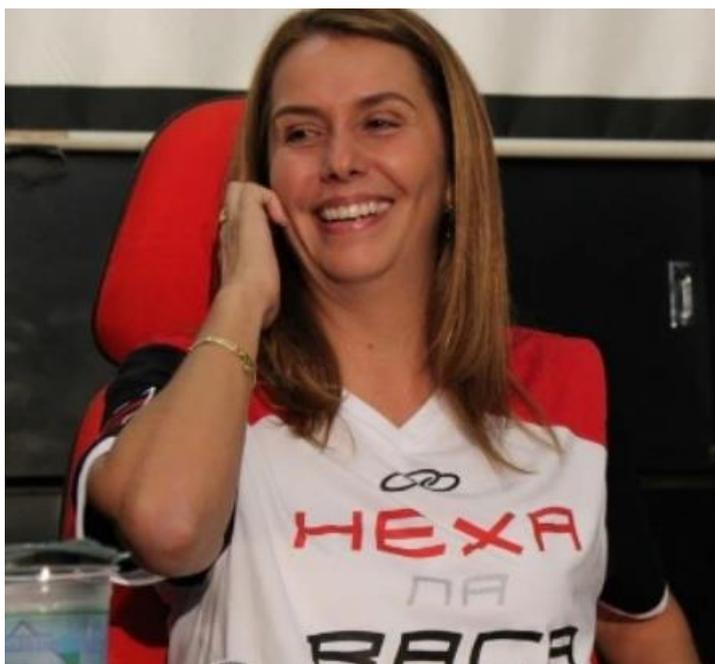
5.RESULTADOS E DISCUSSÃO

5.1 A Gestão da Patrícia em Três Atos:

5.1.1 A História da mulher dirigente de Futebol

Patrícia Amorim Sihman, 53 anos, nascida no Rio de Janeiro, é graduada em Educação Física pela UFRJ (Universidade Federal do Rio de Janeiro), é uma ex-atleta de natação, política e dirigente esportiva e sua trajetória no âmbito esportivo teve início na natação aos 3 anos de idade no Botafogo.

Figura 1 – A primeira presidente mulher no Flamengo



Fonte: Rafael Cotta/VEJA, junho de 2012.

Ao pesquisarmos sobre a história da dirigente, nós tivemos como suporte o *site* oficial do Clube Regatas do Flamengo, o Jornal O Globo¹², e as informações que são apontadas tem sua origem neles.

Na década de 1980, ela começou a nadar no clube do CRF com apenas 5 anos de idade. Foi 28 vezes campeã brasileira nos 200, 400, 800 e 1.500 metros livres. Durante os anos de 1983 a 1989, superou recordes Sul-americanos e participou dos Jogos Olímpicos de Seul 1988. Ela também foi a primeira nadadora brasileira a conseguir patrocínio individual e encerrou a carreira em 1991.

¹² O Globo é um jornal diário de notícias brasileiro, fundado em 29 de julho de 1925 e sediado no Rio de Janeiro. De circulação nacional pela assinatura mensal nas formas impressa ou digital. Por ser um jornal de grande circulação, e oferecer condições de acessar informações sobre o que buscamos investigar, foi escolhido para realização de uma assinatura.

Quando deixou as piscinas, aos 25 anos de idade, Patrícia Amorim exerceu cargos no campo da gestão, seja como professora, diretora, supervisora e Vice-Presidente de esportes olímpicos do clube, sendo este em particular, no mandato do então Presidente Márcio Braga.

Em 2000, Patrícia Amorim enveredou por outros campos, mas, também relacionado a gestão e assim iniciava sua trajetória política e foi eleita vereadora da cidade do Rio de Janeiro com 24.651 votos, tendo como partido (PSDB). Em 2007, o foco muda de configuração e torna ao seu “mundo” mais familiar e se apresenta como dirigente esportiva, começando como vice-presidente do departamento dos esportes olímpicos e na modalidade do Remo.

Mas, paralelo ao trabalho desempenhado na gestão do esporte amador no Flamengo, ela é eleita e conquista em 2008, seu terceiro mandato o que lhe confere a imagem e “apelido” da “Vereadora do Esporte”.¹³ Depois de conquistar muitos resultados positivos dentro da piscina e em seu gabinete como vice-presidente de Esportes Olímpicos, ela já havia avisado que iria concorrer e vencer as eleições para presidente do Flamengo. Não deu outra.

De acordo com Vieira (2010), é a construção histórica e social de uma mentalidade antiquada que reproduz, e nos faz ouvir, desde crianças, que futebol é coisa de homem. Porém, já existe, ainda que poucos percebam a construção de um caminho na gestão pública e esportiva e nessa composição vai surgindo uma personagem da administração esportiva que, como é natural, sobretudo, aos homens, vai abrindo espaços para ocupação de espaços no mundo das organizações esportivas.

Assim é que, (não do nada, nem da noite para o dia, como alguns desavisados e ignorantes possam pensar), planifica uma longa estrada¹⁴ e chega à presidência do clube através de sua atuação política e esportiva, participando ativamente nas reuniões do Conselho e se candidatando a presidência do cargo em dezembro de 2009, quando foi eleita com a maioria dos votos, vencendo Delair Dumbrosck, com 792 dos 2.342 votos apurados onde obteve 93 votos a mais que o

¹³ O lema de Patrícia Amorim era defender os interesses do esporte, com isso, ficou marcada por esse apelido.

¹⁴ Para um observador atento, uma história, um nome, uma profissão, uma carreira, tudo isso leva um tempo significativo para se consolidar e legitimar alguém. E no caso da Patrícia Amorim, conforme interpretamos temos uma longa jornada que vem desde os 5 anos nas piscinas do Flamengo, ou porque não mencionar desde os 3 anos quando inicia sua história com o esporte ainda no Botafogo. É, pois, de uma acumulação de experiências que nasce a gestora.

concorrente. Assim, em 7 de dezembro de 2009 se tornou um dia marcante na história do Clube de Regatas Flamengo.

Pela primeira vez, em 114 anos de existência, uma mulher ocupava a cadeira da presidência de CRF, tornando-se oficialmente a maior autoridade do clube mais popular do país. Sendo assim, essa conquista revela, que quanto mais elevado o cargo nas estruturas organizacionais, menos mulheres são encontradas, e ainda mais quando falamos de futebol.

Em entrevista exclusiva para a Gazeta Esportiva ¹⁵ no dia 23/12/2009, retirado do site oficial do Clube Regatas do Flamengo, através do Clipping¹⁶ 24/12/2009. Patrícia revela que:

Há mais de dez anos eu vinha pensando nisso. Comecei a assumir alguns cargos no Flamengo até chegar duas vezes à vice-presidência. Nas últimas eleições, estava pontuando acima dos 20% mesmo sem ser candidata. Isso me fez pensar. Tive uma leitura do cenário e, mesmo sendo atacada de todos os lados, não ofendi ninguém e consegui meu objetivo. Foi uma vitória histórica (AMORIM,2009, pág.30).

Na mesma entrevista, Patrícia Amorim “garantiu não se intimidar por ser a primeira mulher a ocupar um cargo tão importante e cobiçado no futebol carioca. E disse estar bem-preparada para o desafio de manter o Flamengo no topo” (AMORIM, 2009).

Apesar de ter tido dificuldades, críticas e elogios em sua trajetória, ela não se findou, e permitiu se habitar nesse espaço, que embora fosse novo, ela já vinha construindo, e foi marcado por alguns atos. Heidegger (2012), cita que “a essência de construir é deixar habitar”. Desse modo, a perspectiva de construção se propicia a partir da competência de se habitar, sem hesitar.

Quando mulheres, como Patrícia Amorim por exemplo, que mesmo contraditando o campo histórico que se apresenta para elas, destinam-se habitar seu estilo de ser mais específico em sua relação com o futebol, ocupando seus espaços e habitando seus papéis, promovem a construção desses mesmos, não permitindo que haja um “impedimento”, em construir a sua própria história e mostrar

¹⁵ A Gazeta Esportiva, fundada em 2003 é um dos maiores sites de esportes do Brasil, oferecendo informações completas, como reportagens, matérias, vídeos, entrevistas, transmissão online de jogos, resultados, entre outros.

¹⁶ Clipping são recortes de noticiário, neste cenário, são recortes do Flamengo na mídia eletrônica, disponibilizados no site Oficial do Clube.

o seu potencial em liderar. Principalmente nessa área esportiva, em que assim como em diversas outras também, seja dentro ou fora dos esportes, algumas práticas sociais foram sendo construídas ao longo da história como essencialmente masculinas – a gestão de pessoas no esporte é uma delas (GOMES et al., 2012).

A proporção em que se envolvem e constroem, as mulheres envolvidas com o futebol vão fixando um lugar que passa a representar, deixando assim um legado, bem como, não raro, acabam por inspirar aquelas que têm em vista se lançar ao seu próprio habitat e construir sua ligação com o futebol.

5.1.2 Os Investimentos envolvendo a Gestão do Flamengo

O desafio em gerenciar o CRF, começou logo na primeira semana, onde foi marcada por grandes investimentos e contratos com patrocinadores, como também de dívidas de mais de R\$ 300 milhões de reais segundo dados divulgados pelo ex-presidente Márcio Braga¹⁷ nas últimas semanas do seu mandato, processos e ações da gestão passada, o fato não assustou.

Patrícia Amorim evitou fazer mudanças radicais na estrutura administrativa do clube, e focou em buscar recursos para solucionar os desafios, tentando não realizar novas dívidas, priorizando o investimento em reformas do clube, Centro de Treinamento, contratações de jogadores e técnicos, formação de talentos e maior visibilidade na mídia, porém não foi suficiente, e como esperado.

No **quadro 3** podemos visualizar detalhadamente cada um desses investimentos.

Quadro 3 – INVESTIMENTOS ENVOLVEDO A GESTÃO DA PRESIDENTA PATRÍCIA REFORMAS

Ao ouvir os pedidos dos sócios e atletas, Patrícia iniciou a reforma do Ginásio Hélio Maurício (basquete), Ginásio Cláudio Coutinho (ginástica); reforma e pintura das quadras de tênis; reestrutura da quadra de futsal; revitalização de toda a parte de trás do clube com a criação da Praça Carlinhos Violino; criação do Parque Infantil Uruba e Urubinha e do salão de festa infantil; criação da arena de *beach soccer*; reforma da sauna do Salão Nobre; dos chuveiros das piscinas; da secretaria; da arquibancada da piscina; a construção do museu; e a criação do Projeto Tijolinho.¹⁸ Com todas as reformas e estratégias para ter os sócios mais presentes, Patrícia aumentou o número de associados de 6 mil para 9 mil, além de 700 produtos licenciados.

CONTRATAÇÕES

Zico, Andrade, Rogério, Silas e Vanderlei Luxemburgo, foram os técnicos contratados durante a gestão da

¹⁷ Márcio Baroukel de Souza Braga é um dirigente esportivo, tabelião e político brasileiro. Foi o presidente que mais vezes comandou o Flamengo (seis vezes) e mais títulos de expressão conquistou.

¹⁸ Objetivo de gravar cerca de 8 mil nomes de torcedores nos muros do Ninho do Urubu.

Patrícia. Mesmo com um caixa limitado, foi uma gestão marcada pela contratação de Ronaldinho, Vagner Love, Thiago Neves, Deivid e Diogo, através da estratégia usada pela presidente, na tentativa de não deixar que o Flamengo fosse rebaixado.

FORMAÇÃO DE TALENTOS

Investiu nas equipes de base, e nos esportes olímpicos, realizando o pagamento de dívidas atrasadas no basquete no total de R\$ 800 mil. Além da continuação do projeto iniciado em 2003 pela Patrícia, o Projeto Novos Talentos, no qual cerca de 800 crianças e adolescentes, entre cinco e 16 anos, estudantes da rede pública de ensino e moradores de comunidades carentes, praticam atividades esportivas, de terça a sexta-feira, no Parque Aquático Fadel Fadel.

PATROCÍNIOS

MARCA	VALOR R\$
Banco BMG	8,5 Milhões
Hypermarcas	28 Milhões
Olympikus	21 milhões
Adidas	Entre 17 e 35 milhões
Batavo	22 Milhões
ALE	3,5 Milhões

Fonte: Desenvolvido pela autora, 2022.

De acordo com essas estratégias da Patrícia Amorim, e uma boa gestão profissional, a situação financeira do CRF ficou em 5º Lugar no Ranking dos 20 clubes de maior receita do campeonato, com receita estimada de R\$185.113 milhões em 2011.

Em uma estimativa em relação a 2010, a receita cresceu 44%, e com uma maior visibilidade de 100% na mídia elevando a valorização da marca Flamengo, e a contratação de direitos de transmissão de TV no valor de R\$ 100 milhões, esses dados só enfatiza o quanto os contratos de patrocínios também são expressivas fontes de receita de alguns clubes brasileiros (VALENTE e SERAFIM, 2006). E é atualmente uma das grandes fontes de receita dos clubes, através dos campeonatos equânimes e bem estruturados e com competentes transmissões de TV, as camisas se valorizam e as marcas estampadas conquistam uma maior visibilidade.

No entanto, durante a gestão de Patrícia Amorim, ela não conseguiu manter estável esses dados de receitas. De acordo com Leoncini; Aidar e Oliveira (2002), isso ocorre pelo fato de que, os líderes de clubes têm uma formação plural, e não conseguem se dedicarem exclusivamente ao clube e exercem mais de uma atividade profissional, com isso acaba ocorrendo uma gestão que deixa a desejar.

O **quadro 3** também relata alguns dos aspectos positivos dos investimentos do Flamengo durante o triênio de 2010-2012, mas, como toda gestão tem seus altos e baixos, erros e acertos, com Patrícia Amorim não foi diferente, a presidente teve que demonstrar liderança e inteligência para resolver os grandes problemas do

clube. No qual, os clubes têm dificuldade de acompanhar o ambiente de mudanças aceleradas das organizações (PIRES, 2003).

Uma vez que, a sua gestão ficou marcada por demissões, como a de Zico, que ocorreu logo quatro meses depois de assumir, a troca de Dirigentes: foram cinco técnicos e quatro vice-presidentes e três diretores; paternalismo nos erros de conduta de jogador; contrato de imagem, a derrota no campeonato carioca em 2010, a pressão da torcida, e indisciplinas de jogadores, o que tudo isso levou ao aumento das dívidas do clube, e o ambiente, no entanto, já não era dos melhores, levando a Presidente a tomar atitudes e decisões rápidas.

A mídia atua como fator externo e catalisador da espetacularização do esporte. O campo jornalístico, em específico, adquiriu tamanho poder de influência sobre o campo esportivo, interfere e altera suas práticas de tal forma que o esporte se encontra indissociável dos meios de comunicação (BETTI, 2010).

Conforme essa situação, a observação das narrativas da mídia sobre o afastamento do integrante Arthur Antunes Coimbra, mais conhecido como Zico da equipe de dirigentes, foi iminente considerar, na concepção dos jornalistas, críticas sobre a falta de profissionalismo e capacitação da dirigente.

Florenzano (2006), menciona a homogeneização de comportamentos aceitos pela sociedade para os diversos grupos sociais, ou seja, constrói estigmas de atleta, e líderes que se constituem como um recurso simbólico de preconceito, atuando como uma ferramenta para deslegitimar e enfraquecer os discursos e as denúncias daqueles que resistem aos comportamentos estabelecidos pelo discurso midiático.

Mais um fato relevante alude ao posicionamento da mídia no ato da contratação de jogadores famosos, que inclusive foi considerado como uma grande estratégia da gerência de Patrícia Amorim. Uma vez que, as críticas vêm com o suceder do ato, muitas vezes imparcial à vontade e independente de ações gerenciais.

A mídia usa dessas atitudes para fazer comentários, argumentando falta de competência da gerência, na contratação de jogadores que não estão comprometidos com o time, ademais, como estratégia de *marketing* de sucesso utilizada pela dirigente. Além de, opiniões em relação a de se fazer um bom negócio, se os recursos financeiros estão sendo bem utilizados e demanda de motivos para especular a crise, ou seja, são ações gerenciais positivas para uns, e negativas para outros.

Com a mesma visão, Oliveira (2004) denuncia a interferência direta das redes de televisão na organização dos espetáculos esportivos. As redes midiáticas e seus patrocinadores exigem reformas arquitetônicas, ditam regras, impõem horários, vestimentas, número de entrevistas dos atletas, retorno dos seus investimentos por meio da vitória, além da criação de heróis e a mitificação de nomes.

5.1.3 A Relação da Gestora com Jogadores e Torcida

Segundo Oliveira e Passos (2013), “O bom líder deve ser parte da equipe, parceiro, deve dividir as tarefas e ser cúmplice do seu time, desta forma o grupo de maneira natural vai tornando-se homogêneo”.

Desde a campanha para Dirigente do CRF, Patrícia Amorim se mostrou interessada em ouvir e construir uma boa relação de líder, não só com os jogadores, mas com a torcida também. Algumas de suas propostas eram criar uma ouvidoria para se aproximar dos sócios. “Quero sócio/torcedor diferenciado. Há a possibilidade de usar a lei de incentivo fiscal, criando desconto no Imposto de Renda. Ou talvez possibilitar a compra de ingresso antecipado”, afirmou Patrícia Amorim em entrevista a Marcos Penido, O Globo em 2009.

Sob esse aspecto, a presidente conseguiu realizar a criação de um canal direto de comunicação com os torcedores, e outro ato positivo foi os direitos da posse de jogadores, onde foram direitos econômicos de mais de 95% de todos os jogadores.

Ela foi uma gestora que participou de vários treinos, e se mostrou presente em defender os jogadores, mesmo quando era questionada por mal comportamentos deles. Também buscou ajudar financeiramente as torcidas organizadas. Nos primeiros meses foi considerada uma boa gestora, mas a partir de 1 ano e meio de gestão, mesmo com todas as ações gerenciais, erros e acertos, não foi suficiente, para que a mídia, os próprios jogadores e torcedores, não criticasse a sua gestão.

Figura 2 – Flamengo: Tem a maior torcida de futebol do Brasil



Fonte: Jornal do Brasil, 2019.

A torcida do Flamengo é considerada a maior do Brasil, segundo a pesquisa do *Datafolha*¹⁹ sobre o tema, divulgada em setembro de 2019, 20% da população brasileira se declara flamenguista. Isso dá algo em torno de 40 milhões de pessoas.

Diante desses dados, podemos imaginar o tamanho da responsabilidade e pressão que a dirigente recebia de todos os lados. Patrícia Amorim assumiu o Flamengo em um período bem difícil, no qual foi testada o tempo todo durante o cargo de gestora.

É difícil, se deparar com a mídia frisando exclusivamente os fatores positivos da sua gestão, como saldo de gols, títulos, conquistas importantes, dentre outros. Aliás, a mídia faz questão de evidenciar, as ações indisciplinadas de jogadores, como faltas e atrasos, além de discussões e ações judiciais. Os meios de divulgação de informação apoderam-se ainda em revelar, além dos custos envolvidos com a admissão de jogadores pouco duradouros no clube, a decepção da torcida, observando o desinteresse do jogador diante dos altos investimentos executados pelo clube.

¹⁹ O Datafolha é um instituto de pesquisas do Grupo Folha, conjunto de empresas coligadas do qual o jornal Folha de São Paulo faz parte, fundado em 1983.

Figura 3 – Jogadores problemáticos: Ronaldinho e Adriano



Fonte: Alexandre Vidal/Fla Imagem) e Cezar Loureiro / Agência O Globo. Edição: Autora, 2022.

As questões indisciplinadas de Adriano e Ronaldinho Gaúcho, foram as primeiras e principais complicações encontradas pela gestora em relação aos jogadores. Ronaldinho que era “um sonho possível” para Patrícia Amorim e todos do Flamengo, se tornou um “pesadelo”, uma vez que, em 2011 o clube contratou o jogador e conseguiu conquistar o Campeonato Carioca invicto, parecia que dias soberanos se aproximavam, mas foi só utopia, os tempos difíceis chegavam ao CRF.

No início de 2012, O técnico Luxemburgo saiu após discussão com Ronaldinho. Ele indagou junto à presidência sobre a falta de responsabilidade do jogador. Porém, em nenhuma situação, ele foi repreendido. Ronaldinho estava em uma fase que treinava quando queria e só jogava bem, quando optava também.

Entre faltas e indisciplinas, o jogador Adriano também deixava de ser esperança, se conduzindo assim, num problema embaraçoso de ser administrado, no qual Patrícia Amorim já não estava conseguindo controlar.

O Flamengo perdia seu primordial (e único) título disputado no ano de 2010, o Campeonato Carioca ²⁰, para o Botafogo. Em contrapartida, a torcida solicitava por um novo técnico. Rogério Lourenço, ex-jogador do CRF e então técnico da Seleção Brasileira sub-20, no qual foi o escolhido, para a complicada missão de guiar o time nas oitavas de final da Libertadores. O torcedor, não obstante, almejava por um nome de encargo e experiência, o que acabou decepcionados. E para dificultar ainda mais o momento, veio a perda nas quartas de final da competição.

Apesar dos acontecimentos, que vinham ocorrendo, quando finalmente era a probabilidade de Patrícia Amorim provar equilíbrio e táticas rápidas de comando. Algo desfavorável e inédito sucedia: o goleiro Bruno, um dos heróis do Hexa e ídolo do CRF, era suspeito de envolvimento no desaparecimento de Eliza Samúdio, com quem teve uma relação breve.

Essas circunstâncias ocasionaram à dirigente do CRF a redução de foco e visibilidade na mídia, a acusação de não ser capaz de organizar um bom time de futebol, além do obstáculo para adquirir o patrocínio máster, perdendo essenciais recursos para o clube. Com essas narrativas, fica claro que a postura de uma resistente liderança em momentos fora do dia a dia de um clube esportivo não é função fácil, e lidar com a mídia, é mais trabalhoso ainda.

5.2 Uma Compreensão do Retrato: do discurso da Imprensa a Narrativa da Gestora

A mídia aparentemente reporta os acontecimentos, mas na realidade ela constrói opiniões, reforça valores e manipula as pessoas. Segundo Akstein et al:

A mídia cria ídolos, faz com que desconhecidos virem famosos da noite para o dia. Por outro lado, pode destruir uma carreira inteira de qualquer jogador ou técnico. Quanto ao futebol, esse poder de formar opiniões pode ser verificado em incontáveis exemplos: informações, narrações, notícias são dadas de maneira unidirecional (AKSTEIN et al., 2003, pág.43).

A gestão da Patrícia Amorim ficou marcada por vários discursos da imprensa, seja positivo ou negativo. Durante as buscas, apontou mais para o negativo, seja em jornais e sites de grande relevância, quanto de blogs administrados por locutores, e torcedores. Após filtrar todas essas notícias, grande parte apontava para sua má

²⁰ Campeonato Carioca de Futebol, conhecido também como Cariocão, é a principal competição entre os times de futebol do estado do Rio de Janeiro, no Brasil, a nível estadual.

forma de conduzir os problemas com jogadores, torcida, técnicos, diretores do CRF, e administração de dívidas, é o que revela a notícia abaixo.

14/05/11 17:00  Tweetar

Dívidas do Flamengo cresceram na gestão Patrícia Amorim e chegam a R\$ 305 milhões

Fonte: Jornal Extra, de 14 de maio de 2011.

No fim de semana em que o time conquistava o Campeonato Carioca de forma invicta, a diretoria do Flamengo publicou, sem alarde, no site oficial do clube, o balanço patrimonial de 2010. Os números revelam o estado atual das finanças rubro-negras e expõem uma contradição entre o discurso de austeridade e uma dívida que continua a crescer (9,7% em 2010), chegando a R\$ 305 milhões (Jornal Extra, 2011).

Após a divulgação dessa notícia, segundo o Jornal Extra, tanto a presidente Patrícia Amorim quanto o vice-presidente de finanças, Michel Levy, foram procurados, mas não responderam às ligações.

Durante a sua gestão, a presidente não foi de “dar muita atenção” para o que a mídia estava falando, e não respondia muitas das críticas que recebia, com isso, os torcedores, e jornalistas, ficavam sem respostas, criando assim, uma imagem ruim. Patrícia Amorim só retorna ao assunto em 14 de dezembro de 2012, em entrevista ao blog do Erivaldo²¹, já perto do fim do seu mandato, afirmando que:

Deixo R\$800 milhões até 2018, enquanto peguei um clube que devia 13º, férias, prêmio, e R\$80 milhões antecipados. A diferença é brutal. Paguei R\$116 milhões de dívidas de outras administrações e ainda tenho uma penhora de R\$18 milhões para resolver já (AMORIM, 2012).

Quando questionada na mesma entrevista sobre o que achava da sua gestão, Patrícia Amorim relata que:

Fez um bom trabalho: acho que foi uma administração que resolveu problemas. Como o Morro da Viúva; o CT que estava havia 30 anos parado; a simples negociação do posto de gasolina que nos rendeu até patrocínio; o reconhecimento do título 1987, a briga continua, mas pela primeira vez a CBF reconheceu. No contrato de transmissão, o Flamengo dividia igual com Vasco, Palmeiras, Corinthians e São Paulo e, pelas relações das gestões anteriores

²¹ Arivaldo Maia, é locutor esportivo de Alagoas, e conta tudo o que acontece no mundo do esporte através do blog Gazeta da Web.

com CBF e Clube dos 13, ninguém brigava, e, com uma coragem muito grande, eu e o Corinthians resolvemos que era importante os clubes negociarem diretamente (AMORIM,2012).

A tensão que a mídia atua sobre a área esportiva faz com que os dirigentes lancem mão de todos os recursos possíveis para manter a sua estabilidade profissional. Apesar disso, a constância e progressão de um (a) presidente de clube na carreira, dependem não apenas de conhecimento administrativo e profissional, mas também da reprodução do trabalho desenvolvido por eles e da forma como é exposto nos meios de comunicação, é fundamental criar e manter uma boa imagem.

Ao considerarmos o sucesso de um grande dirigente, compreende-se que depende de inúmeros fatores, dentre eles sua formação acadêmica e profissional, a sua personalidade cautelosa e crucial sobre a sua forma de administrar, a importância do trabalho coletivo, teoria de trabalho e a sua postura moral e ética. No entanto, essas características não foram relevantes nas reportagens analisadas, no qual foram divulgadas pela mídia, para construção desta pesquisa.

Mesmo que sem posse da dificuldade de notícias que envolvem as competências profissionais de um gestor de clube, os jornalistas fazem seus comentários e idealizam representações de um presidente eficaz ou incapaz, resumem-se basicamente, ou tão somente, nos resultados competitivos alcançados, e, omitem parâmetros administrativos, econômicos ou particulares da carreira envolvida, principalmente quando vem de outras gestões antecedentes, que não foram tão bem gerenciadas e acarretam na próxima gestão.

6. CONCLUSÃO

Após um breve período de pesquisas em torno da gestão do esporte e a mulher neste contexto no Brasil, em loco a trajetória da gestão da dirigente Patrícia Amorim, a frente de um grande clube de futebol, e por meios de autores sobre o mesmo tema, é evidente como a relação feminina com o esporte é carregada de preconceitos e marcas sociais.

No decorrer da gestão de Patrícia Amorim, o Flamengo obteve melhorias de infraestrutura, com a revitalização parcial da sede da Gávea, ações de fidelização do torcedor, como o tão comentado “Muro dos Tijolinhos”, no Ninho do Urubu, contratações de jogadores, como Ronaldinho Gaúcho, Thiago Neves, e grandes contratos milionários de patrocínios. Mas ao analisar todas as informações e as narrativas da mídia, notamos que Patrícia Amorim não foi capaz de transferir esses feitos de maneira eficaz.

Nada disso ou nenhum resultado positivo dentro de campo foi capaz de ofuscar um furacão de negatividade esvaziada em porções diferentes, que recebeu por três anos.

Desse modo, todos esses fatos, alertam para que o futebol brasileiro se conteste de possibilidades perdidas e outras que batem à porta. Crises que já sofreram, trouxeram mudanças que contribuiriam para desenvolver um esporte mais estruturado para alguns, mas ainda não para todos. No entanto é possível melhorar o que já existe e inserir novas práticas, arrumar e modificar a lógica quando primordial. A comunicação pode não parecer, mas é um aspecto crucial.

Ainda que clubes, jogadores e os próprios gestores tenham seus assessores de imprensa ou setores de comunicação, não estão sendo bem aproveitados, ou trabalham muito mais para amenizar informações que acabam saindo em pequenos meios de divulgação, quando poderiam destinar esforços na gestão positiva do esporte.

Desse modo, diante de um campo com dificuldade de pesquisas relacionadas à presença de mulheres dentro do futebol profissional, e casos de sucesso feminino na gestão do esporte em geral, ou ainda sobre a inserção de mulheres na mídia esportiva, este trabalho evidencia que há muito o que se explorar neste assunto, pois estes limites impediram de avançar, e ir mais longe nesta linha de pesquisa.

Finalmente, cabe acentuar que no princípio deste estudo havia um propósito,

e este apontava em investigar e responder como a gestão da Patrícia Amorim Shiman na presidência do Clube de Regatas Flamengo foi caracterizada em notícias que partem da mídia esportiva brasileira, e essa questão entende-se que foi respondido.

REFERÊNCIAS

AKSTEIN, D.; AMSTADEN, F.; SANTOS, F, et al. **Craques no Microfone: o futebol, a mídia e os ex-jogadores**. Campinas: PUC; 2003.

AMARAL, Paulo. Presidente quer resgatar ídolos na Gávea. **Gazeta Esportiva**, Rio de Janeiro, 23/12/2009. Entrevista/Futebol. Disponível em <https://www.flamengo.com.br/noticias/flamengo/clipping-24dezembro>. Acesso em: 06, jan. 2023.

BARDIN, L. (2011). **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70.

BETIOL, M. Ser administrador é o feminino de ser administrador? In: En ANPAD, 24., Florianópolis, 10-13 set. 2000. **Anais**. Florianópolis: ANPAD, 2000.

BETTI, M. **A janela de vidro: esporte, televisão e educação física**. 5ª ed. Campinas: Papirus; 2010.

BEZERRA, Patrícia Rangel Moreira. **O Futebol Midiático: Uma reflexão crítica sobre o jornalismo esportivo nos meios eletrônicos**. Faculdade Cásper Líbero, Mestrado em Comunicação, São Paulo – 2008.

BORELLI, Viviane. **Cobertura midiática de acontecimentos esportivos: uma breve revisão de estudos**. XXIV Congresso Brasileiro da Comunicação, 2001.

CAPELLE, M. C. A.; BRITO, M. J. B.; MELO, M. C. O. L.; VASCONCELOS, K. A. A. Produção científica sobre gênero na administração: uma meta-análise. In: ENANPAD, 30., Salvador, 23-27 set. 2006. **Anais** [...] Salvador, ENANPAD, 2006.

CARREIRA, D.; AJAMIL, M.; MOREIRA, T. **A Liderança Feminina no Século 21**. São Paulo: Cortez, 2001.

CONSTITUIÇÃO DA REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL. Brasília, DF: Senado **Federal**: Centro Gráfico, 1988.

DAMO, A. **Futebóis – da horizontalidade epistemológica à diversidade política**. FuLiA/UFMG, [S. l.], v. 3, n. 3, p. 37–66, 2019.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. 1991.

FLICK, Uwe. **“Introdução à pesquisa qualitativa”**. Trad. Joice Elias Costa. 3. ed., Porto Alegre: Artmed, 2009.

FLORENZANO, J. P. Palestra proferida por ocasião do Congresso: Cultura corporal: desafios à educação física, esporte e lazer. São Paulo: Sesc, 2006.

GIDDENS, A. (2002) **Modernidade e identidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora.

GOELLNER, Silvana V.; Mulher e esporte no Brasil: entre incentivos e interdições elas fazem história. IN: **Revista Pensar a Prática**, v.8, n.1, p.85- 100, 2005.

GOMES, E., Nassif, V., Mourão, L., Lima, E. O. As representações da mídia sobre a gestão feminina no Clube de Regatas Flamengo. **Podium: Sport, Leisure and Tourism Review**,1(1), 151-173, 2012.

HEIDEGGER, M. (2012). **Ensaios e conferências**. (M.S.C. Schuback, Trad). Petrópolis: Vozes.

KUPER, S.; SZYMANSKI, S. **Soccernomics**. Nova Iorque, Estados Unidos: Nation Books, 2010.

LEONCINI, M. P.; SILVA, M. T. Entendendo o futebol como um negócio: um estudo exploratório. **Gestão e Produção (UFSCar)**, v. 12, p. 11-23, 2005.

LOIZOS, Peter. Vídeo, filme e fotografias como documentos de pesquisa. In: BAUER, Martin W.; GASKELL, George. **Pesquisa qualitativa do texto: imagem e som: um manual prático**. 2.ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002. cap.6, p 137-155.

LIMA, G. S.; LIMA, M. S.; TANURE, B. Os desafios da carreira da mulher executiva no Brasil. In: ENCONTRO DE GESTÃO DE PESSOAS E RELAÇÃO DO Trabalho, 2., Curitiba, 15-17 nov. 2009. **Anais [...]** Curitiba: EnGPR, 2009.

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

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

MUNHOZ, G. de S. Quais as contribuições que o estilo feminino de liderança traz para as organizações empreendedoras? In: ENCONTRO NACIONAL DE EMPREENDEDORISMO,1,2000. Maringá. **Anais [...]** Maringá: EGEPE, out.2000, p. 164-176.

NOLASCO, V. P. et. al., Administração/Gestão Esportiva. In: COSTA, L. P. da (Org.). **Atlas do esporte no Brasil: atlas do esporte, educação física e atividades físicas de saúde e lazer no Brasil**. Rio de Janeiro: Shape, 2005. p. 760-761.

OLIVEIRA, C. B. Mídia, cultura corporal e inclusão: conteúdos da educação física. Lecturas: **Educacion Física y deportes**, Buenos Aires, v. 10, n. 77, out. 2004.

OLIVEIRA, S. R.; PASSOS, S. E. O papel do gestor na motivação dos seus colaboradores. **Cairu em Revista**. Jan 2013, Ano 02, nº 02, p. 33-41.

PATRÍCIA Amorim, candidata a vereadora pelo PSD. **O Globo**, Rio de Janeiro, 23/09/2008. Política. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/politica/eleicoes->

2008/patricia-amorim-candidata-vereadora-pelo-psdb-4999546. Acesso em: 06, jan. 2023.

PIRES, G. **Gestão do Desporto – Desenvolvimento organizacional**. Porto: APOGESD, 2003.

RICHARDSON, Roberto J. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. São Paulo: Atlas, 1999. 334 p.

ROCHA, Cláudio Miranda da; BASTOS, Flávia da Cunha. Gestão do esporte: definindo a área. **Revista Brasileira de Educação Física e Esporte**, v. 25, n. SPE, p. 91-103, 2011.

ROMARIZ, S. B. (2008) As representações de gênero nas quadras de voleibol de alto rendimento. **Anais: Fazendo Gênero 8**. Florianópolis: UFSC.

SILVA, Daniel. Patrícia Amorim é eleita presidente do Flamengo. **Jornal Extra**, 08/12/2009. Disponível em: <https://extra.globo.com/esporte/flamengo/patricia-amorim-eleita-presidente-do-flamengo-388144.html>. Acesso em: 06, jan. 2023.

SIQUEIRA, A. C. F.; SALES, R, G.; FISCHER, R. M. Diversidade nas Organizações: Uma Análise Sistemática da Produção Acadêmica da Área de Administração entre 2010 e 2015. In: ENCONTRO DA ANPAD, 40., 2016, Salvador. **Anais...** Salvador: ANPAD, 2016.

SOMOGGI, A. The football business in Brazil, and the example of Atlético-PR. In: DESBORDES, M. (Ed). **Marketing & football: an International Perspective**. Oxford, Inglaterra: Elsevier, 2007. p. 293-337.

TANURE, B.; CARVALHO NETO, A. M.; ANDRADE, J. A super executiva às voltas com carreira, relógio biológico, maternidade, amores e preconceitos. In: EnANPAD, 30., Salvador, 23-27 set. 2006. **Anais [...]** Salvador: ANPAD, 2006.

VALENTE, R.; SERAFIM, M. C. Gestão esportiva: novos rumos para o futebol brasileiro. RAE. **Revista de Administração de Empresas**, v. 46, p. 131-136, 2006.

VIEIRA, V. **Sentidos que norteiam a participação das torcedoras nos estádios de futebol**. Tese de Doutorado, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ, Brasil, 2010.

VOSS, C.; TSIKRIKTSIS, N.; FROHLICH, M. Case research in operations management. **International Journal Of Operations & Production Management**, v. 22, n. 2, p. 195-219, 2002.

YIN. R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 3 ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.